

EINZELHANDELSKONZEPT für die Hansestadt Medebach

2022



Einzelhandelskonzept für die Hansestadt Medebach

Im Auftrag der Hansestadt Medebach

Eva Stubert
Stefan Kruse



Markt 5 - 44137 Dortmund
Telefon: 02 31-55 78 58-0 Fax: 02 31-55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

September 2022

Hinweise

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit werden stets männliche und weibliche Schriftformen verwendet. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

Foto Titelblatt: Junker + Kruse

Datenschutzerklärung

Das Gutachterbüro Junker + Kruse verarbeitet personenbezogene Daten (Betriebsname, Adresse, Sortimentsangebot, Verkaufsfläche, Internetpräsenz) im Einklang mit den Bestimmungen der Datenschutz-Grundverordnung und dem Bundesdatenschutzgesetz. Die Erhebung und Verarbeitung der Daten erfolgt nach Artikel 6 Abs. 1 e) DSGVO zum Zweck der Wahrnehmung einer Aufgabe, die im öffentlichen Interesse liegt. Die Datenerhebung und Datenverarbeitung personenbezogener Daten ist für wissenschaftliche Forschungszwecke sowie für statistische Zwecke im Rahmen der Erstellung des kommunalen Einzelhandelskonzepts als städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB erforderlich. Darüber hinaus werden die Daten im Rahmen weiterer Arbeiten, die ebenfalls im öffentlichen Interesse stehen, verwendet (z. B. Bauleitplanverfahren, Raumordnungsverfahren).

Die gespeicherten Daten werden gelöscht, sobald sie für die bestimmten Zwecke nicht mehr notwendig sind und der Löschung keine gesetzlichen Aufbewahrungspflichten entgegenstehen.

Kontaktdaten der Verantwortlichen

Junker + Kruse Stadtforschung Planung,
Markt 5 | D-44137 Dortmund
Gesellschafter Dipl.-Ing. Rolf Junker und
Dipl.-Geogr. Stefan Kruse
Tel +49 (0)2 31 55 78 58 0 |
Fax+49 (0)2 31 55 78 58 50
E-Mail: info@junker-kruse.de |
www.junker-kruse.de

Inhaltsverzeichnis

1	Anlass und Zielsetzung der Aufstellung des Einzelhandelskonzepts	7
2	Übergeordnete Zielaussagen	9
2.1	Ziele und Grundsätze der Landesplanung	9
2.2	Ziele und Grundsätze der Regionalplanung.....	12
2.3	Einzelhandelserlass NRW 2021	13
2.4	Regionales Konzept zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche im Kreis Soest und Hochsauerlandkreis	14
3	Methodische Vorgehensweise	15
3.1	Angebotsanalyse.....	15
3.2	Nachfrageanalyse.....	20
3.3	Städtebauliche Analyse	21
4	Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung	23
5	Nachfrageseitige Rahmenbedingungen	31
5.1	Standortrelevante Rahmenbedingungen	31
5.2	Kaufkraftpotenzial in Medebach.....	34
5.3	Tourismuspotenzial in Medebach	35
6	Aktuelle Angebotssituation in Medebach.....	36
6.1	Eckdaten des Einzelhandels in Medebach	36
6.2	Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Medebach.....	40
6.2.1	Die Medebacher Innenstadt.....	40
6.2.2	Weitere Angebotsschwerpunkte im Medebacher Stadtgebiet.....	44
6.3	Wohnungsnahе Grundversorgung in Medebach.....	44
6.4	Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse	48
7	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Medebach ..	50

8	Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes für Medebach.....	56
8.1	Ziele zur Einzelhandelsentwicklung.....	56
8.2	Räumliches Standortstrukturmodell	60
9	Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Medebach	63
9.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	63
9.2	Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung und stadtweit bedeutende Versorgungsstandorte.....	69
10	Medebacher Sortimentsliste.....	72
11	Ansiedlungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung.....	79
11.1	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten	80
11.2	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten	82
11.3	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten	83
11.4	Sonstige Steuerungsregeln	87
11.5	Prüfschema zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung	90
Anhang	92
	Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe.....	94

1 Anlass und Zielsetzung der Aufstellung des Einzelhandelskonzepts

Ein konsensfähiges Einzelhandelskonzept stellt eine unverzichtbare Grundlage für sachgerechte Planungen zur Steuerung des Einzelhandels sowie zur Beurteilung und Abwägung von (insbesondere großflächigen) Einzelhandelsvorhaben dar. Zum einen erleichtert es der Stadt Medebach, frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Planvorhaben bzw. Standortentscheidungen auf die Versorgungsstrukturen im Stadtgebiet einschätzen zu können und dient Stadtverwaltung und Politik der Stadt Medebach so als fundierte Bewertungsgrundlage und Orientierungshilfe für sachgerechte Grundsatzentscheidungen im Zusammenhang mit einzelhandelspezifischen Stadtentwicklungsfragestellungen.

Zum anderen zeigt das Konzept (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten zur Schaffung von geeigneten städtebaulichen Rahmenbedingungen für die stadtentwicklungspolitisch gewünschte Einzelhandelsentwicklung auf und stellt vor diesem Hintergrund eine bedeutende Argumentations- und Begründungshilfe im Rahmen der bauleitplanerischen Umsetzung dieser Zielsetzungen dar.

Eine bedeutsame Grundlage des Einzelhandelskonzepts – sowohl für die Bewertung der Ist-Situation, aber auch für die Herleitung der Schlussfolgerungen und Empfehlungen – ist das empirische Grundgerüst des Konzepts.

Doch nicht nur die Medebacher Einzelhandelslandschaft ist notwendiger Teil der Betrachtung, sondern auch die übergeordneten Rahmenbedingungen. Dazu zählt insbesondere der Strukturwandel im Einzelhandel (u.a. gesättigte Verkaufsflächenentwicklung, Online-Handel, Folgen der Corona-Pandemie) sowie Veränderungen aufgrund der Rechtsprechung u.a. zu Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche oder zur Einzelhandelssteuerung¹.

Aus diesen nachvollziehbaren Gründen hat der Rat der Stadt Medebach das Planungsbüro Junker + Kruse, Stadtforschung Planung mit einer Einzelhandelsbestanderfassung sowie der Erstellung des Einzelhandelskonzepts beauftragt.

Diese Untersuchung soll – sowohl unter Berücksichtigung aktueller rechtlicher, demographischer und städtebaulicher Rahmenbedingungen als auch betrieblicher Anforderungen – einzelhandelspezifische Entwicklungserfordernisse und -grenzen aufzeigen sowie darauf aufbauende Strategien für die zukünftige Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels in Medebach im Allgemeinen und insbesondere im zentralen Versorgungsbereich entwickeln. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Medebach, wie der Erhalt und Ausbau der landesplanerischen Versorgungsfunktion als Grundzentrum, die Sicherung eines attraktiven Einzelhandelsangebotes sowie der gesamtstädtischen Versorgungsstruktur, der Erhalt und Ausbau der Einzelhandelszentralitäten sowie der Funktionsvielfalt der Medebacher Innenstadt eine bedeutende Rolle.

¹ zahlreiche Urteile (OVG und BVerwG) zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u.a. Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 19.06.2008 (OVG NRW 7 A 1392/07), bestätigt durch das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 17.12.2009 (BVerwG 4 C 2.08); Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 15.02.2012 (OVG NRW 10 D 32/11.NE)

Vor allem soll die Erstellung des Konzepts auch die Planungs- und Rechtssicherheit für zukünftige Entscheidungen und Verfahren sowohl auf kommunaler wie auch privater Seite erhöhen. Die Stadt Medebach erhält mit dem Einzelhandelskonzept in Verbindung mit dem Stadtratsbeschluss ein städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB, welches sie in die Lage versetzt, für den weitaus größten Teil der zukünftigen Anfragen Entscheidungen auf Basis des Einzelhandelskonzepts herbeizuführen und dies auch im möglichen Bauleitplanverfahren zu begründen, ohne für den Einzelfall die städtebauliche Verträglichkeit belegt oder widerlegt zu haben.² Dies wiederum entlastet die Stadt von der häufig strittigen Auseinandersetzung mit einzelfallbezogenen Wirkungsanalysen, die sehr häufig zu anderen Ergebnissen kommen als das jeweilige Einzelhandelskonzept für den betrachteten Standort vorgibt.

Die – auch insbesondere rechtliche – Notwendigkeit (im Sinne der späteren bauleitplanerischen Umsetzung) eines solchen städtebaulichen Konzeptes i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 ist in jüngeren Urteilen z. B. des OVG Münster nochmals hervorgehoben worden: Denn „erst solche konzeptionelle Festlegungen, die dann gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB n.F. (früher: § 1 Abs. 5 Satz 2 Nr. 10 BauGB) auch bei der weiteren Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind, lassen in aller Regel die Feststellung zu, ob das Angebot bestimmter Warensortimente an bestimmten Standorte in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Stadt funktionsgerecht eingebunden ist.“³

² Urteil des BVerwG vom 26. März 2009 – 4 C 2.07

³ OVG NRW, Urteil vom 30. Januar 2006 - 7 D 8/04.NE; hier Seite 16; vgl. zur Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzepts auch OVG NRW, Urteil vom 28. August 2006 - 7 D 112/05.NE

2 Übergeordnete Zielaussagen

2.1 Ziele und Grundsätze der Landesplanung

Mit seinen Zielen und Grundsätzen ist der **LEP NRW 2019**⁴ das wichtigste Planungsinstrument der Landesplanungsbehörde in Nordrhein-Westfalen. Die Vorgaben der Landesplanung sind bei der Erarbeitung von Regionalplänen, Flächennutzungsplänen und Bebauungsplänen sowie anderen Fachplänen der nachgeordneten Planungsebenen zu beachten. Der LEP NRW beinhaltet

- die raumstrukturellen Zielsetzungen mit den Entwicklungsachsen der Siedlungsräume und den natürlichen Lebensgrundlagen wie Freiraum, Natur, Landschaft, Wald und Wasser;
- die Flächenvorsorge für Wohnbauland, für die Wirtschaft, für Großvorhaben, für Bodenschätze sowie für Freizeit und Erholung;
- die Infrastruktur für Verkehr, Energieversorgung und Entsorgung.

Kapitel 6.5 befasst sich mit vorgezogenen Regelungen zum großflächigen Einzelhandel. Dabei werden die im Raumordnungsgesetz (ROG) festgelegten Grundsätze der Raumordnung zur Daseinsvorsorge und zur Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche im Hinblick auf den großflächigen Einzelhandel konkretisiert. Vor dem Hintergrund der Einzelhandelssteuerung ist somit hervorzuheben, dass durch die Festlegung der zentralen Orte eine Versorgung der Bevölkerung mit einem ausgewogenen Warenangebot, sozialen, kulturellen und wirtschaftsbezogenen Einrichtungen und Dienstleistungen sowie eines entsprechenden Wohnungsangebots im Sinne des dezentralen Konzentrationsgebotes auf kurzem Wege sichergestellt wird. Die Festlegung von Zielen und Grundsätzen für die Ansiedlung, Erweiterung und Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen trägt dazu bei, dass in allen Landesteilen eine bedarfsorientierte Warenversorgung der Bevölkerung durch eine ausgewogene und breit gefächerte, nach Zentralörtlichkeit differenzierte Einzelhandelsstruktur sichergestellt wird. Die Hansestadt Medebach wird als Grundzentrum eingestuft (LEP NRW Kapitel 2, Abbildung 1).

Der Landesentwicklungsplan gibt in seinem Kapitel 6.5 vor, dass Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. v. § 11 (3) BauNVO nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB) ausgewiesen werden können. Darüber hinaus werden klare Vorgaben zur Steuerung des zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Einzelhandels gemacht, wobei die Landesplanung städtebaulich integrierten Einzelhandelsstandorten und damit nicht zuletzt den zentralen Versorgungsbereichen den Vorrang einräumt. In Anlage 1 werden zentrenrelevante Leitsortimente dargestellt, die stets zu beachten sind und die Innenstadtlagen prägen sowie eine hohe Besuchsattraktivität implementieren. Diese Liste ist auf kommunaler Ebene auf Grundlage der örtlichen Situation zu überprüfen und ggf. zu ergänzen.

Folgende Ziele und Grundsätze mit Bezug zum großflächigen Einzelhandel werden im LEP NRW in Kapitel 6.5 festgelegt:

⁴ In seiner zuletzt geänderten Fassung (Juli 2019)

6.5-1 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in Allgemeinen Siedlungsgebieten

Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.

6.5-2 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur:

- in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie
- in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen, dargestellt und festgesetzt werden.

Zentrenrelevant sind

- die Sortimente gemäß Anlage 1 und
- weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).

Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich:

- eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Erhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild, nicht möglich ist und
- die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und
- zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

6.5-3 Ziel Beeinträchtigungsverbot

Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

6.5-4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.

6.5-5 Ziel Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente

Sondergebiete für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur dann auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt.

6.5-6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten.

6.5-7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel

Abweichend von den Festlegungen 6.5-1 bis 6.5-6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß § 11 (3) BauNVO dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Schutz genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich.

Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.

6.5-8 Ziel Einzelhandelsagglomeration

Die Gemeinden haben dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.

6.5-9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte

Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen in die Abwägung einzustellen.

6.5-10 Ziel Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO

Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO sind, soweit von § 12 (3a) S.1 BauGB kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Festlegungen 6.5-1, 6.5-7 und 6.5-8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 6.5-2 und 6.5-3, im Falle von nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 6.5-3, 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen.

Anlage 1 (Leitsortimente)

- Papier / Bürobedarf / Schreibwaren,
- Bücher,
- Bekleidung, Wäsche,
- Schuhe, Lederwaren,
- medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel,
- Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik,
- Spielwaren,
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte),

- Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten),
 - Uhren, Schmuck
- und
- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant),
 - Gesundheits- und Körperpflegemittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant).

2.2 Ziele und Grundsätze der Regionalplanung

Der Landesentwicklungsplan NRW (LEP NRW) bildet den Ordnungs- und Gestaltungsrahmen für die Raumentwicklung. Der regionale Raumordnungsplan Arnsberg (ROP, verkürzt 'Regionalplan') konkretisiert den LEP NRW fachlich und räumlich für den Kreis Soest, den Hochsauerlandkreis, den Märkischen Kreis, den Kreis Olpe und den Kreis Siegen-Wittgenstein. Der Teilabschnitt des Regionalplans für den Kreis Soest und den Hochsauerlandkreis ist 2012 rechtswirksam geworden.

Folgende Ziele und Grundsätze mit Bezug zu Einzelhandelsstandorten werden im Regionalplan für den Teilabschnitt Kreis Soest und den Hochsauerlandkreis in Kapitel 2.3.2 festgelegt:

2.3.2 Großflächiger Einzelhandel

Grundsatz 10

Die Haupt- und Nebenzentren der Städte und Gemeinden, aber auch die ‚Ortsmitten‘ in kleineren Gemeindeteilen, sollen in ihrer Funktion geschützt sowie in ihrer Unverwechselbarkeit erhalten und gestärkt werden. Den Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten in diesen Zentren und in den zentralen Versorgungsbereichen kommt hierbei eine besondere Bedeutung zu.

Grundsatz 11

Auf der Grundlage von kommunalen Einzelhandelskonzepten soll eine längerfristige Entwicklungsplanung erfolgen mit dem Ziel einer nachhaltigen Stärkung der Zentren. Die Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche sollen nicht nur in Einzelhandelskonzepten festgelegt, sondern auch im Flächennutzungsplan gekennzeichnet werden. Die planungsrechtlichen Möglichkeiten zur Sicherung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche sollen von den Kommunen aktiv genutzt werden.

Ziel 12

(1) Im Rahmen der Bauleitplanung ist die Entwicklung von Kerngebieten sowie Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO nur in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig. Die Absätze 2 und 3 bleiben unberührt.

(2) Abweichend von der Vorgabe des Abs. 1 können Sondergebiete für den großflächigen Einzelhandel i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO für Vorhaben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ausgewiesen werden, wenn der Standort innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereiches liegt und der Umfang der zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente nicht mehr als maximal 10 % der Verkaufsfläche, jedoch nicht mehr als 2.500 m² beträgt.

(3) Vorhandene Standorte können als Sondergebiete für Vorhaben i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ausgewiesen werden, sofern es sich um eine Festbeschreibung des Bestandes handelt. Im Rahmen dieser Bestandsfestbeschreibung sind ausnahmsweise noch begrenzte Erweiterungen im Bereich der nicht zentrenrelevanten Sortimente zulässig.

Ziel 13

(1) Standorte für Vorhaben des großflächigen Einzelhandels haben in Art und Umfang der Funktion des zentralörtlichen Versorgungsbereichs, in dem sie geplant werden, zu entsprechen (Kongruenzgebot).

(2) Bei Vorhaben, die aufgrund ihrer Verkaufsflächengröße oder speziellen Angebote auch Kaufkraft für diese Sortimente aus benachbarten Kommunen abschöpfen, kann von dem Kongruenzgebot abgewichen werden, sofern die im Einzugsbereich des Vorhabens liegenden Gemeinden dieser Planung zustimmen. Wird bei dem angestrebten Gesamtumsatz des Vorhabens zu der dem Vorhaben zuzuordnenden Kaufkraft der Kommune (oder des Stadt-/Ortsteiles) das Verhältnis von 2:1 überschritten, ist eine Zustimmung des Regionalrates erforderlich.

Grundsatz 12

Eine wohnungsnahе Versorgung mit Gütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs und mit entsprechenden Dienstleistungen soll in allen Kommunen dauerhaft gesichert werden. Eine ausreichende verbrauchernahe Versorgung soll auch bei langfristigen Bedarfsgütern durch entsprechende Angebote zumindest in den Mittelzentren sichergestellt werden.

Grundsatz 13

Neben einem regelmäßigen interkommunalen Informationsaustausch und einer Abstimmung von einzelhandelsrelevanten Entwicklungen in der Region soll mittelfristig ein qualifiziertes regionales Einzelhandelskonzept auf der Grundlage eines entsprechenden Monitorings erstellt werden.

2.3 Einzelhandelserlass NRW 2021

Mit seinen Hinweisen und Empfehlungen sowie den Definitions- und Interpretationshilfen einerseits, aber auch mit den zahlreichen Verweisen zu aktuellen obergerichtlichen und höchstrichterlichen Entscheidungen ist der am 31. Dezember 2021 in Kraft gesetzte Einzelhandelserlass des Landes NRW⁵ ein wichtiges Instrument für die Kommunen im Land. Denn ihnen kommt primär die Aufgabe zu, die Einzelhandelsentwicklung so zu steuern, dass ihre Zentrenstruktur und Nahversorgungssituationen nicht nur nicht geschwächt, sondern idealerweise gestärkt bzw. weiterentwickelt werden. Aber auch Betreiber und Grundstückseigentümer, Investoren und Projektentwickler können von dem neuen Einzelhandelserlass profitieren, bietet er mit seinem umfassenden Ansatz einen höchst möglichen Grad an Planungs- und Investitionssicherheit. Nicht

⁵ Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes NRW, Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes NRW, Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten in Nordrhein-Westfalen (Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen 2021).

zuletzt soll der Einzelhandelserlass für die in diesem Zusammenhang tätigen Behörden, Verbände und Institutionen eine aktuelle und sachgerechte Beurteilungsgrundlage für die Vielzahl der möglichen Fragestellungen dienen.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept beachtet die relevanten Hinweise und Empfehlungen des neuen Einzelhandelserlasses NRW.

2.4 Regionales Konzept zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche im Kreis Soest und Hochsauerlandkreis

Das Regionale Konzept zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche im Kreis Soest und Hochsauerlandkreis (Regionales Einzelhandelskonzept HSK/ SO 2013/14) stellt eine gemeinsam getragene Entscheidungsgrundlage zur Regelung der Einzelhandelsentwicklung in den Mitgliedsgemeinden dar.

Hierzu haben sich 24 Städte und Gemeinden des Kreises Soest und des Hochsauerlandkreises – mit Unterstützung der Kreise, der Industrie- und Handelskammer Arnsberg Hellweg-Sauerland, dem Einzelhandelsverband Südwestfalen sowie der Bezirksregierung Arnsberg – auf ein „Regionales Konzept zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche im Kreis Soest und Hochsauerlandkreis“ verständigt. Übergeordnete Zielsetzungen dieser regionalen Kooperation sind

- der Aufbau, die Pflege und Verstärkung des interkommunalen Austauschs und einer vertrauensvollen Zusammenarbeit;
- die gesicherte Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche;
- die Erhaltung und Entwicklung einer flächendeckenden, möglichst wohnortnahen Grundversorgung;
- ein Mehr an Planungs- und Investitionssicherheit;
- die Vereinbarung gemeinsamer Positionen zu externen Planungen außerhalb des Kooperationsraumes sowie
- eine gestärkte Position als „Regionales Einzelhandelskonzept“ bei der Aufstellung und Änderung der Regionalpläne.

Im Juli 2014 wurde die interkommunalen Vereinbarung durch die Mitgliedsgemeinden ratifiziert, womit sich die unterzeichnenden Städte und Gemeinden unter anderem dazu verpflichten, die übergeordneten Ziele zur Einzelhandelsentwicklung, die Steuerungsregeln zum Umgang mit regional bedeutsamen Vorhaben, die regionale Sortimentsliste und die Prüfkriterien im Konsensverfahren gemäß dem „Regionalen Konzept zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche im Kreis Soest und Hochsauerlandkreis“ Junker + Kruse (2013/14) anzuerkennen. Im Rahmen dieser interkommunalen Vereinbarung (und der darauf aufbauenden Geschäftsordnung) werden zudem die Arbeitsstrukturen zur Umsetzung und Anwendung des vorliegenden regionalen Konzepts geregelt.

Der **Regionale Konsens** bezieht sich bei der Abstimmung über regional bedeutsame Einzelhandelsvorhaben auf diese gemeinsamen Ziele zur Einzelhandelsentwicklung und auf die Bewertung bedeutsamer Vorhaben. Diese sollen nach vereinbarten Prüfkriterien beurteilt werden.

Vor diesem Hintergrund sind auch bei der Aufstellung des Einzelhandelskonzepts für die Hansestadt Medebach die Ziele, Grundsätze und Prüfkriterien des Regionalen Konzepts zu berücksichtigen. Im Gegenzug fließen bei einer zukünftigen Fortschreibung des REHK die Ziele und Leitlinien des Einzelhandelskonzepts Medebach ein.

3 Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Aufstellung des Einzelhandelskonzepts für die Hansestadt Medebach stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen wie auch auf sekundärstatistische Quellen.

- Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die flächendeckende Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Medebacher Stadtgebiet sowie die Erhebung der Dienstleistungsbetriebe in zentralen Bereichen.
- Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Stadt Medebach gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants, Köln (2021).
- Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Überprüfung der Definitionen und Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, sodass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Medebach ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

3.1 Angebotsanalyse

Bestandserhebung

Zur Analyse der Angebotssituation wurde im Februar 2021 und durch den verhängten Lockdown fortgesetzt im Juni 2021 eine flächendeckende **Vollerhebung des Medebacher Einzelhandelsbestands** durchgeführt. Die Vollerhebung basiert auf einer Begehung des gesamten Stadtgebiets bei gleichzeitiger Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe. Im Rahmen der Vollerhebung wurde die Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Einzelsortimenten aufgenommen. Weiterhin wurden durch eine Kartierung die räumliche Verortung und Lagezuordnung vorgenommen.

Im Rahmen dieser Vollerhebung wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und dazugehörigen Verkaufsflächen der einzelnen Anbieter unter Zuhilfenahme lasergestützter Flächenerfassungsgeräte – sofern gestattet – erhoben und die räumliche Zuordnung der Geschäfte überprüft.

Der Erhebung legt folgende **Definition der Verkaufsfläche** zugrunde:

Gemäß dem Urteil vom BVerwG vom 24.11.2005 4 C 10.04 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.

- Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwiegt und verpackt.
- Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).
- Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß aktueller Rechtsprechung (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767/08) vom 06. Februar 2009) der Verkaufsfläche zuzurechnen soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.
- Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, soweit sie außerhalb des Gebäudes gelegen sind, laut dem Urteil des OVG NRW (AZ 7 B 1767/08) vom 06. Februar 2009 grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung erforderlich. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Kernsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher einzelne Sortimente (auf der Basis eines etwa 50 Sortimente umfassenden Erhebungsschlüssels) differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

In der sich anschließenden Auswertung wurden die Sortimentsgruppen den in der folgenden Tabelle dargestellten 17 Warengruppen zugeordnet.

Tabelle 1: Sortimentsspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse

Warengruppe	Sortiment
überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe	
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel
	Backwaren / Konditoreiwaren
	Fleischwaren
	Getränke
Blumen (Indoor) / Zoo	Blumen
	Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)
	Zoologische Artikel, lebende Tiere
	Heim- und Kleintierfutter
Gesundheit und Körperpflege	pharmazeutische Artikel
	Drogeriewaren / Körperpflegeartikel, Kosmetikartikel / Parfümeriewaren
	Bücher
Papier / Büroartikel / Schreibwaren (PBS) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	Papier / Büroartikel / Schreibwaren, Büromaschinen
	Zeitungen / Zeitschriften
überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe	
Bekleidung	Bekleidung
Schuhe / Lederwaren	Schuhe
	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme
Glas, Porzellan, Keramik (GPK) / Haushaltswaren	Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	Hobbyartikel (inkl. Künstlerartikel / Bastelzubehör sowie Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle)
	Musikinstrumente und Zubehör
	Spielwaren
	sonstige Babyartikel (Kinderwagen, Kindersicherheit)
Sport und Freizeit	Angler-, Jagdartikel und Waffen
	Campingartikel
	Fahrräder und technisches Zubehör
	Reitsportartikel
	Sportartikel / -kleingeräte
	Sportbekleidung und Sportschuhe
Sportgroßgeräte	
überwiegend langfristige Bedarfsstufe	
Wohneinrichtung	Bettwaren
	Matratzen
	Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe
	Teppiche (Einzelware)
Möbel	Kunstgewerbe / Bilder / Bilderrahmen, Wohndekorationsartikel
	Möbel
Elektro / Leuchten	Elektrogroßgeräte
	Elektrokleingeräte
	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel
Elektronik / Multimedia	Bild- und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör
Medizinische und orthopädische Artikel	Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel
Uhren, Schmuck	Uhren / Schmuck
Baumarktsortimente	baumarktspezifisches Sortiment Bodenbeläge, Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben / Lacke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen, Sanitärartikel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen / Werkzeuge
	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör
Gartenmarktsortimente	Gartenartikel und -geräte
	Pflanzen / Samen
Sonstiges	Erotikartikel
	Sammlerbriefmarken und -münzen

Quelle: eigene Zusammenstellung Junker+Kruse

Die in Anlehnung an die vorstehende Tabelle durchgeführte flächendeckende Vollerhebung des Medebacher Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage für die Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes dar.

Auf Basis der Verkaufsflächendaten der Einzelhandelsbetriebe sowie der im Rahmen der städtebaulichen Analyse durchgeführten räumlichen Einordnung der Betriebe in verschiedene Lagekategorien können die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist diese detaillierte Vorgehensweise im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzeptes zu erstellende ortstypische Sortimentsliste zwingend geboten (vgl. Kapitel 10).

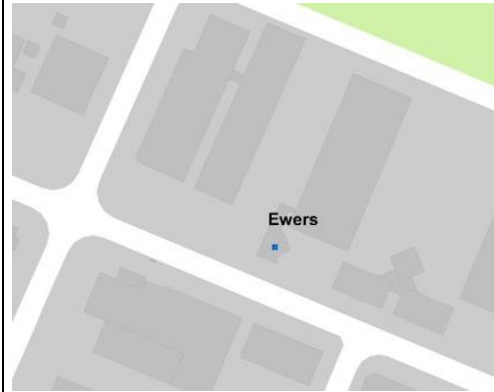
Im Rahmen der Erhebung wurden die Einzelhandelsbetriebe den Lagekategorien zentrale Bereiche, städtebaulich integrierte (Solitär-)Lagen und städtebaulich nicht integrierte Lagen zugeordnet, deren Merkmale in der nachstehenden Tabelle 2 erläutert werden:

Tabelle 2: Definition von Lagekategorien

<p>Zentrale (Versorgungs)Bereiche</p> <p>Zentrale Lagen zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinaus gehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist in der Regel eine Multifunktionalität, d. h. Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Zentrale Versorgungsbereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO. (siehe auch weitergehende Erläuterungen im Glossar)</p>	<p>Beispiel: Schuh + Sport Weddemann (Oberstraße)</p> 
<p>Städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage</p> <p>Eine Legaldefinition des Begriffs der „integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Medebacher Einzelhandelskonzepts werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Medebach integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreichen, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst: Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld in mehr als zwei Himmelsrichtungen von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.</p>	<p>Beispiel: Netto (Hallenberger Straße)</p> 

Städtebaulich nicht integrierte Lage

Die nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht oder nur in geringem Maße im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten (z. B. in Gewerbegebieten).

Beispiel: Ewers Strümpfe Outlet (Landwehr)

Quelle: eigene Zusammenstellung

Umsatzberechnung

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzdaten des Medebacher Einzelhandels werden nicht nur die ermittelte Verkaufsfläche pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Branchen angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mitberücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedliche Flächenproduktivität der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in Medebach. Diese werden schließlich auf den Verkaufsflächenbestand für die einzelnen Warengruppen hochgerechnet.

Definition „Nahversorgung“

Der Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben zu verschiedenen Lagekategorien kommt insbesondere auch vor dem Hintergrund einer wohnungsnahen Grundversorgung eine hohe Bedeutung zu, die im Rahmen der Einzelhandelsstruktur und kommunalen Daseinsvorsorge einen besonderen Stellenwert einnimmt.

Unter *Nahversorgung* wird hier die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege, Papier/Büroartikel/Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher sowie Blumen (Indoor)/Zoo gezählt (s. o.). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis und somit auch in diesem Einzelhandelskonzept wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Stadt insbesondere die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. das Sortiment Lebensmittel herangezogen.

Dabei kann es sehr unterschiedlich ausgestattete Nahversorgungsstandorte geben. Neben einer rein *quantitativen* Betrachtung sind vor allem *räumliche* und *qualitative* Aspekte (Erreichbarkeit und Betriebsformenmix) von Bedeutung, die ergänzend bei der Bewertung der Angebotssituation berücksichtigt werden. Geht es bei der qualitativen Betrachtung vor allem um die warengruppenspezifische Angebotsstruktur und -vielfalt, wird bei der räumlichen Betrachtung die (fußläufige) Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Die kleinste Einheit der Nahversorgungsstandorte bilden *solitäre Verkaufseinrichtungen* in Wohngebieten, die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Quartier

gewährleisten sollen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß zwischen 500 und 1.000 m als akzeptierte Distanz herausgestellt. In Medebach wird eine Distanz von ca. 600 m (Isodistanz, GIS gestützt) als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistanzen definiert.

Davon zu unterscheiden sind zentrale Versorgungsbereiche wie beispielsweise *Stadtteil- oder Nahversorgungszentren* (in Medebach nicht vorhanden), die eine über die reine fußläufige Erreichbarkeit hinausgehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen auf Ebene einzelner Stadtteile oder -bereiche einnehmen. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können als relevant für die wohnungsnahe Nahversorgung bezeichnet werden:

Tabelle 3: Angebotsbausteine der Nahversorgung

„idealtypische“ Ausstattung	Nahrungs- und Genussmittel/Lebensmittel
	Brot und Backwaren
	Fleisch- und Wurstwaren
	Getränke
	Drogerie- und Körperpflegeartikel
Zusatzausstattung	Apothekerwaren
	Post, Bank
	Ärzte, Friseur, Lotto
	Spirituosen, Tabakwaren
	Zeitungen, Zeitschriften
	Bücher, Schreibwaren
	Blumen
Café, Gaststätte	
Reinigung, Reisebüro	

Quelle: eigene Zusammenstellung

3.2 Nachfrageanalyse

Ein zweiter wichtiger Baustein der Grundlagenermittlung ist die Analyse der Nachfragesituation. Sie liefert ein umfassendes Bild über das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Medebacher Bevölkerung sowie der Region und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotssituation Rückschlüsse über den aktuellen Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels.

Sekundärstatistische Daten

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zählt zu den Arbeitsschritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

Entsprechende Werte werden u. a. jährlich von der IFH Retail Consultants GmbH, Köln oder der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) Nürnberg herausgegeben. In der vorliegenden Untersuchung wird auf Daten der IFH Retail Consultants GmbH, Köln zurückgegriffen, die in Teilen modifiziert und an den der Erhebung zugrunde gelegten Branchenschlüssel (vgl. dazu Tabelle 1) angepasst wurden.

Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokal-spezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor.

3.3 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, aktuelle Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in Medebach im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den *zentralen Bereichen*. Insgesamt werden die neuen faktischen oder perspektivischen zentralen Versorgungsbereiche anhand einer transparenten und einheitlichen Bewertungsmatrix überprüft und entsprechend abgegrenzt – auch mit Blick auf die jüngste Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex. Grundlage hierfür bildet in jedem Fall auch eine aktuelle städtebauliche Analyse der einzelnen Standortbereiche.

Durch die Lage im Zentrum einer Stadt bzw. eines Stadtteils sind für die Prosperität eines Zentrums neben dem Einzelhandelsprofil auch städtebauliche Belange und die Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tiefgreifende Analyse von Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfung und die wechselseitigen Beeinflussungen der oben beschriebenen Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang. Nur dadurch ist auch gewährleistet, dass im abschließenden Schritt, bei der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes, die richtigen Maßnahmen für eine nachhaltige Aufwertung und Qualifizierung der Zentren genannt werden.

Die Kriterien der städtebaulichen Analyse lauten wie folgt:

- Einzelhandelsdichte⁶
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre
- Räumliche und funktionale Beziehungen zwischen dem Zentrum und seiner Umgebung
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

⁶ Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen im Erdgeschoss.

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Medebach. Sie liefert die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsstandorte der Stadt. Gleichzeitig stellt sie aber auch einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), § 9 (2a) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung⁷ keine planerische „Abgrenzungsübung“, sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

⁷ vgl. dazu u. a. Urteile des BVerwG vom 11.10.2007 (AZ 4 C 7.07) sowie des OVG NRW vom 25.10.2007 (AZ 7A 1059/06)

4 Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung

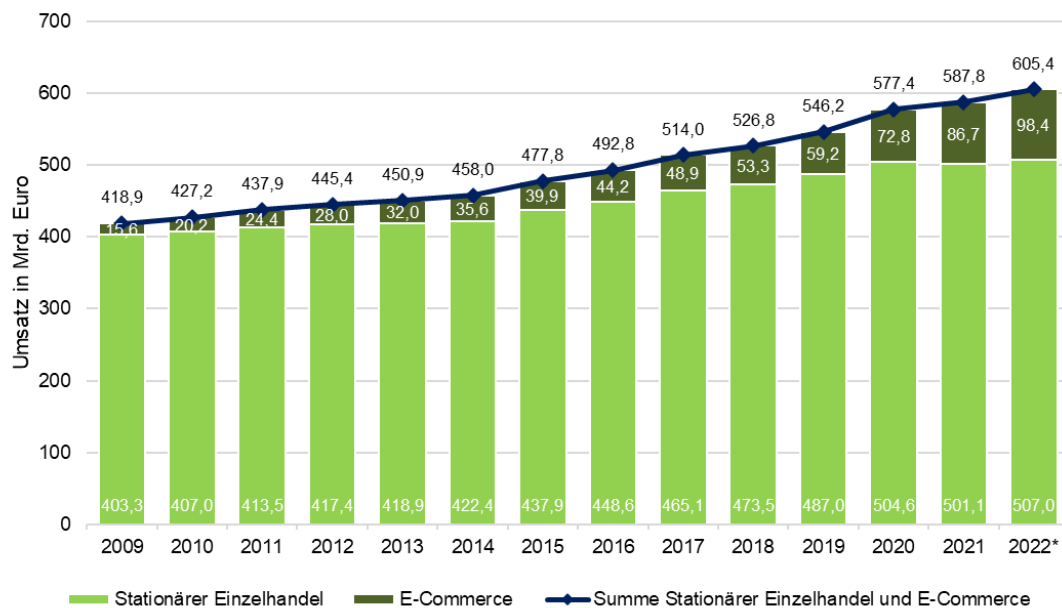
Der Einzelhandel unterliegt seit je her einem ständigen Wandel. Neben allgemeinen betriebstypischen Entwicklungen zeigt sich eine enorme Dynamik aufgrund eines Strukturwandels im Einzelhandel, welcher durch die Digitalisierung und den Onlinehandel hervorgerufen wird. In jüngster Zeit treffen zudem die Auswirkungen der Maßnahmen zur Eindämmung der **Corona-Pandemie** den stationären Einzelhandel teilweise enorm und stellen ihn vor zusätzliche Herausforderungen.

Nachfolgend werden wesentliche **Entwicklungen** und **Trends**, welche zugleich einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Entwicklung der städtischen Zentren und der räumlichen Einzelhandelsstruktur haben, skizziert.

Standort- und Strukturentwicklungen im stationären Einzelhandel

- Zwischen den Jahren 2010 und 2018 stieg die Gesamtzahl der **Verkaufsfläche** in Deutschland von rund 122 Mio. um ca. 3 % auf rund 125 Mio. m² an⁸. Die jährlichen Zuwachsraten sind in den letzten Jahren jedoch gesunken und von 2018 auf 2019 stagniert.

Abbildung 1: Umsatzentwicklung im Einzelhandel (2009 bis 2020)



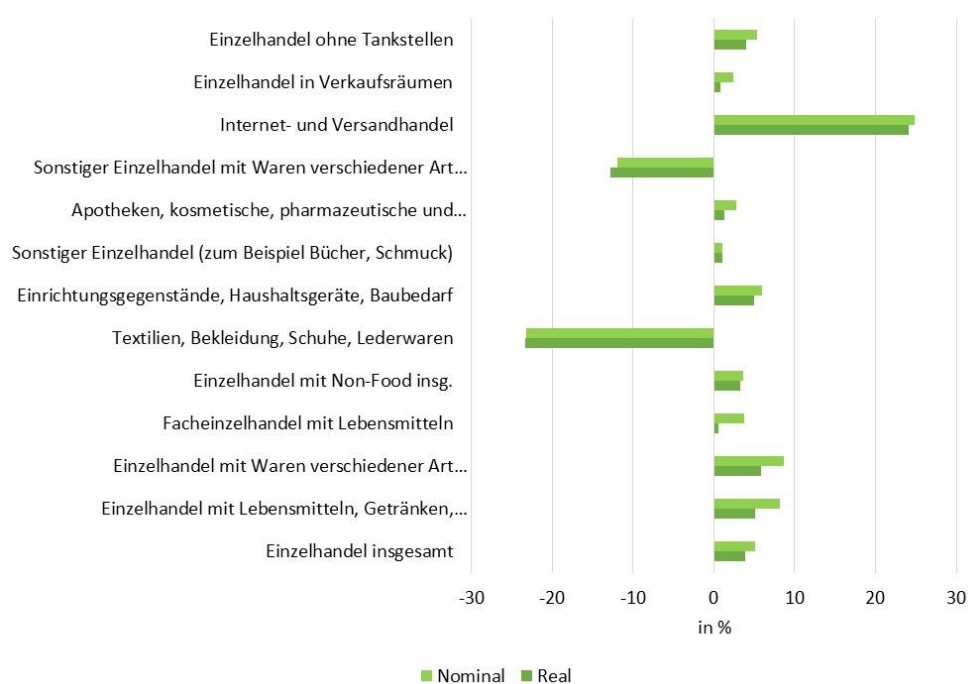
Quelle: Darstellung Junker+Kruise, Grundlage: Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland; Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2022 (Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne = Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken; 2022* = Hochrechnung); Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 04/2022) und HDE Online-Monitor 2021, IFH Köln 2021/22; S. 2 (mit Hochrechnung für 2021 und 2022)

- Der **Umsatz** im Einzelhandel konnte sich nach der Finanz- und Wirtschaftskrise im Jahr 2009 erholen. Nach einem zwischenzeitlich rückläufigen Gesamtumsatz von rund 419 Mrd. Euro im Jahr 2009, wird im Jahr 2022 ein Gesamtumsatz von rund 605 Mrd. Euro im deutschen

⁸ Quelle: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); Entwicklung der Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 1970 bis 2019 (in Millionen m²), Abruf unter www.statista.de, (Zugriff: 11/2021)

Einzelhandel erzielt, was einem Zuwachs von rund 45 % entspricht. Infolge der Corona-Pandemie kam es zeitweise zu massiven Umsatzrückgängen im stationären Einzelhandel, wodurch verschiedene Prognosen davon ausgegangen waren, dass die Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel insgesamt im Jahr 2020 im Vergleich zum Vorjahr stagniert bzw. leicht unter dem Vorjahresniveau liegen wird.⁹ Dabei kam es 2020 trotz der Lockdowns im stationären Einzelhandel im Vergleich zum Vorjahr zu einem **Umsatzzuwachs** von 487 auf rund 506 Mrd. Euro, was einer Steigerung von rund +4 % entspricht. Im Folgejahr 2021 zeigt sich dagegen ein Rückgang im stationären Einzelhandel auf rund 501,1 Mrd. Euro. Im Zuge der Hochrechnung zeigt sich für das Jahr 2022 mit der Lockerung der Corona-Maßnahmen eine Steigerung des Umsatzes des stationären Einzelhandels auf rund 507 Mrd. Euro. Eine stetige, enorme Umsatzzunahme weist dagegen der Onlinehandel auf, seit 2019 beläuft sich die Zunahme auf 66 %. Nicht zuletzt resultierend des starken Wachstums im Onlinesektor steigen die Umsätze im Einzelhandel i.e.S. (stationär und E-Commerce) weiterhin stetig und belaufen sich gemäß Hochrechnung 2022 auf rund 605,4 Mrd. Euro.

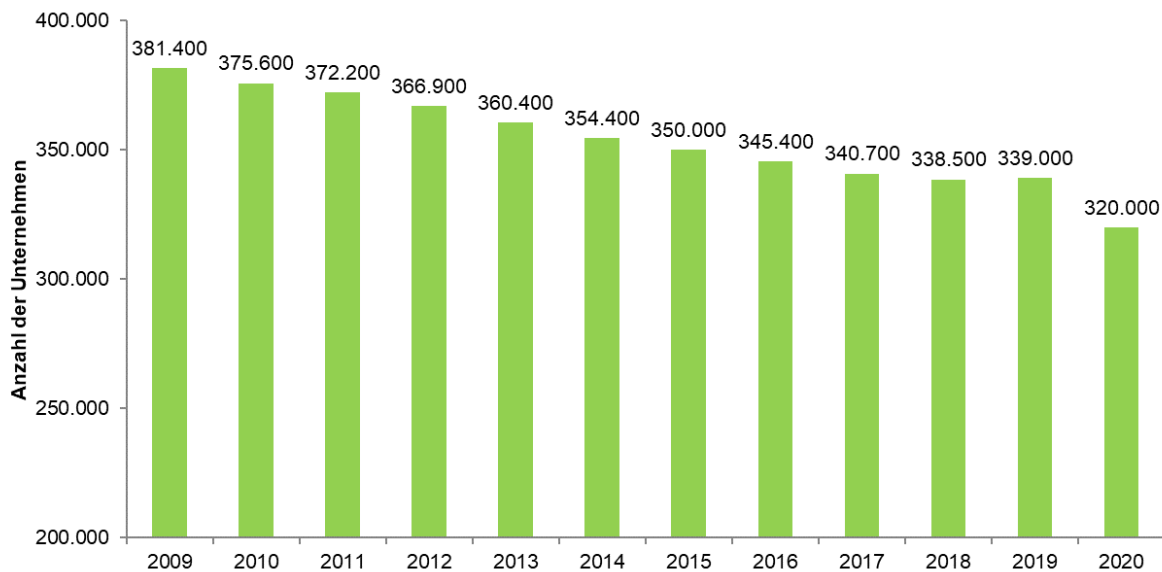
Abbildung 2: Umsatzentwicklung im Einzelhandel nach Branchen 2020 gegenüber dem Vorjahr



Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt, Umsatzentwicklung im Einzelhandel in Deutschland nach Branchen im Jahr 2020 (gegenüber dem Vorjahr); Abruf unter <https://de.statista.com> (Zugriff: 04/2021)

- Dabei gibt es allerdings große Unterschiede in den einzelnen **Warengruppen**. Während in 2020 in den innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren aber auch Uhren / Schmuck enorme Umsatzeinbußen von bis zu -20 % gegenüber dem Vorjahr verzeichnet werden, erzielen u. a. der Lebensmitteleinzelhandel und der Bau- und Gartenbedarf Umsatzzuwächse. Größter Gewinner der Krise ist gleichwohl der Internet- und Versandhandel.

⁹ Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE); Herbstpressekonferenz 22. September 2020; Abruf unter <https://einzelhandel.de/presse/pressekonferenzen/12921-hde-herbstpk-2020> (Zugriff: 09/2020); Hahn Gruppe; 15. Retail Real Estate Report Germany 2020/2021; Bergisch-Gladbach

Abbildung 3: Zahl der Unternehmen im Einzelhandel 2009 bis 2019

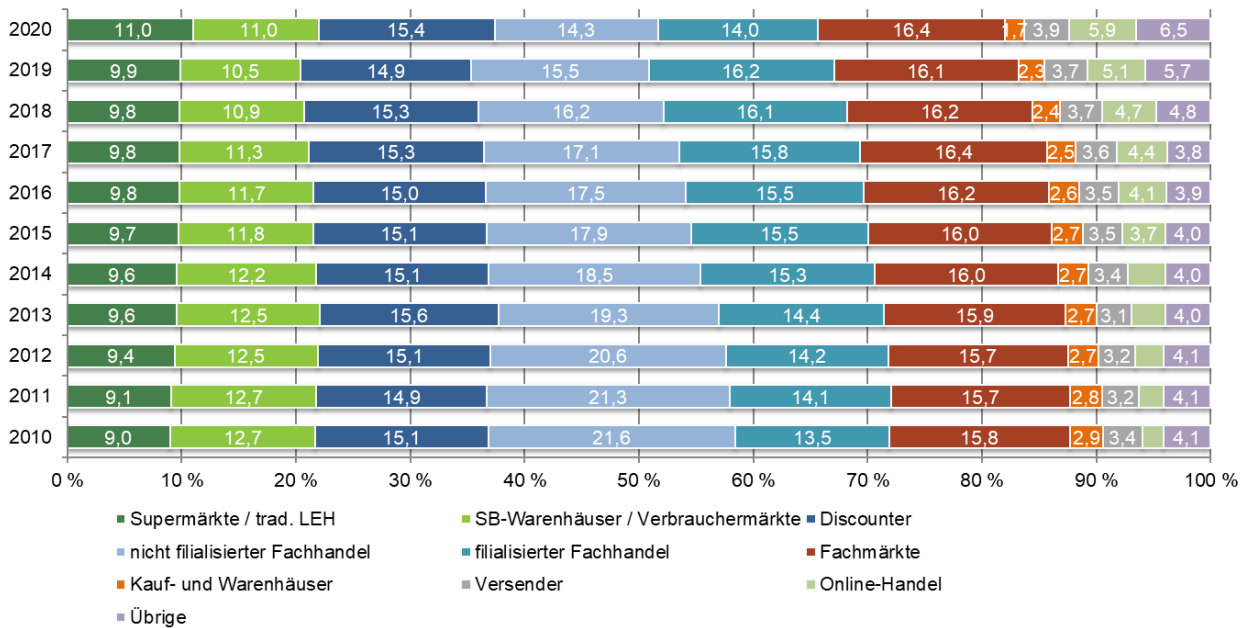
Quelle: Darstellung Junker+Kruise, Grundlage: Statistisches Bundesamt, Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 04/2022)

- Gleichzeitig ist die **Anzahl der Einzelhandelsbetriebe** weiter rückläufig. Zwischen 2010 und 2019 sank die Zahl der Unternehmen im Einzelhandel von rund 375.600 um etwa 10 % auf rund 339.000¹⁰. Die IFH Köln GmbH prognostiziert bis 2023 rund 80.000 Schließungen im stationären Einzelhandel infolge der Corona-Pandemie¹¹. Erste Unternehmen haben bereits Insolvenzverfahren eingeleitet, darunter die Warenhauskette Galeria Karstadt Kaufhof sowie bekannte Bekleidungsfilialisten wie Bonita, Esprit, Gina Tricot, Hallhuber und Promod. Im Jahre 2020 lag die Anzahl der Unternehmen in Einzelhandel bereits nur noch bei rund 320.000.
- Diese gegenläufigen Entwicklungen (von Umsatz und Anzahl der Betriebe) sind Merkmale einer fortschreitenden **Konzentrationstendenz** im Einzelhandel: Insbesondere (zumeist großflächige) Fachmärkte, Discounter und Filialisten expandieren weiterhin deutlich. In der Folge steigt der Druck vor allem auf inhabergeführte sowie filialisierte Fachgeschäfte und Kauf- und Warenhäuser. Insbesondere der inhabergeführte Einzelhandel leidet, neben Umsatzeinbußen aufgrund eines erhöhten Wettbewerbsdrucks, auch teilweise unter Nachfolgeproblemen im Zuge des Generationenwechsels. Während der nicht-filialisierte Fachhandel im Jahr 2010 noch einen Marktanteil von 21,6 % einnahm, lag dieser 2020 nur noch bei 14,3 %¹². Supermärkte und Discounter, Fachmärkte und der filialisierte Non-Food-Einzelhandel konnten ihre Marktposition hingegen weitgehend behaupten.

¹⁰ Quelle: Statistisches Bundesamt; Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 04/2022)

¹¹ Quelle: IFH Köln GmbH, Der Coronaturbo: Geschäftsaufgaben und Onlinewachstum im Zeitraffer. Abruf unter <https://www.ifhkoeln.de/der-coronaturbo-geschaeftsaufgaben-und-onlinewachstum-im-zeitraffer/> (Zugriff: 11/2021)

¹² Quelle: IfH Köln, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 04/2022)

Abbildung 4: Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2010 bis 2020

Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: IfH Köln, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 04/2022)

- Die Zahl der **Einkaufszentren** ist hingegen weiter – wenn auch langsamer – gestiegen. Waren es im Jahr 2010 noch 428 Center mit einer Gesamtfläche von 13,5 Mio. m², existierten im Jahr 2021 schon 493 mit einer Gesamtfläche von 15,9 Mio. m².¹³ Dabei stehen neue Konzepte von Centern und neu entstehende Flächen dem Revitalisierungsbedarf von in die Jahre gekommenen Centern gegenüber. Hier sind es vor allem die „kleineren“ Passagen und Einkaufszentren, die mindergenutzte Flächen, Leerstände, Gestaltungsmängel und Investitionsstaus aufweisen und einen städtebaulichen Missstand in einzelnen städtischen Zentren darstellen.
- In den 1980er und 1990er Jahren waren es vor allem „klassische“ Fachmärkte, Lebensmittelanbieter und Einkaufszentren, die durch Neuentwicklungen an peripheren Standorten für eine räumliche Angebotsverschiebung an Pkw-kundenorientierte Standorte mit hoher Flächenverfügbarkeit (sog. sekundäre Standortnetz) sorgten und so mit den Angeboten in den Zentren in Konkurrenz traten. Wenngleich diesem Entwicklungstrend durch planerische Steuerung deutlich entgegengewirkt werden konnte, stehen häufig noch Standorte ohne Bezug zu gewachsenen städtebaulichen Zentren im Fokus der Betreiber und Projektentwickler. Neben den Lebensmitteldiscountern mit ihren wechselnden **Aktionswaren** (in auch zentrenrelevanten Warengruppen wie Unterhaltungselektronik und Bekleidung) weisen auch Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten (wie beispielsweise Möbelfachmärkte) umfangreiche zentrenrelevante **Randsortimentsangebote** (z. B. Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren) auf, die den Wettbewerbsdruck auf Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen erhöhen.
Auch für **Factory Outlet Center** entstehen deutschlandweit immer mehr Standorte. Diese konzentrierten Ansammlungen von Fabrikverkaufsläden zum Vertrieb von spezifischen

¹³ Quelle: EHI Retail Institute e. V., EHI Shopping-Center Report 2021, S. 28, Köln

Waren aus eigener Produktion an peripheren, verkehrsorientierten Standorten weisen in der Regel weitreichende Einzugsbereiche und einen Angebotsschwerpunkt im Bereich Bekleidung und Schuhe auf.

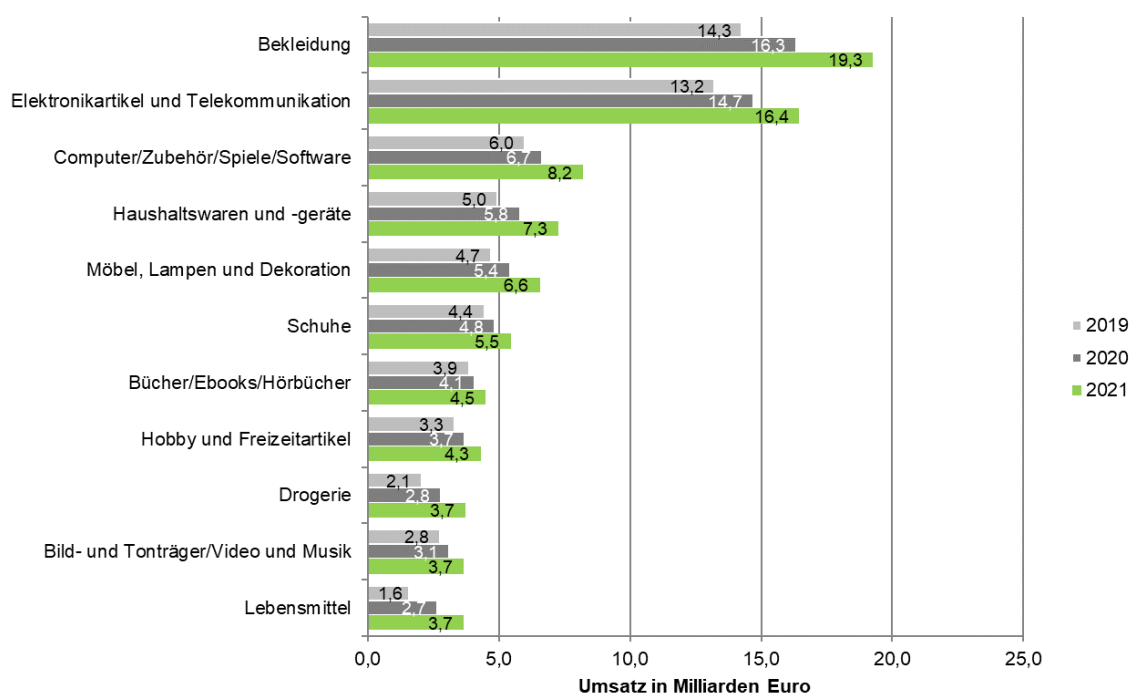
- Auf der anderen Seite positionieren sich einige – üblicherweise großflächige Anbieter – auch mit **kleineren Betriebskonzepten** in vorzugsweise (hoch)verdichteten integrierten, zentralen Lagen. Dazu gehören Lebensmittelanbieter, aber auch Möbel- oder Baumärkte sowie Spielwaren- oder Sportfachmärkte. Andere Betreiber ziehen sich aus bestehenden Flächen zurück, wie beispielsweise Elektronikfachmärkte oder auch Warenhäuser (Umwandlung bisheriger Verkaufsfläche in Lagerfläche, Untervermietung, Gastronomienutzung, o. ä.).
- Mit sich verändernden Betriebsformen und Konzepten treten auch „**neue**“ **Kundenmagnete** auf den Markt. Dazu gehören beispielsweise ausländische Konzerne, wie Primark, die mit großen Flächen städtische Zentren und Einkaufszentren prägen. Sie tragen zu einer deutlichen Erhöhung der Kundenfrequenz am Standort bei und beeinflussen das Qualitätsniveau. Da sie aber nicht ausschließlich zusätzliche Kaufkraft an den Standort ziehen, sondern ihren Umsatz auch aus Umsatzumverteilungen generieren, sind Auswirkungen auf umliegende Anbieter und in der Regel auch auf andere Zentren nicht auszuschließen.

Steigender Wettbewerbsdruck durch E-Commerce¹⁴/ Onlinehandel

- Im Zuge des Strukturwandels im Einzelhandel gewinnen „neue“ Vertriebs- und Absatzwege zunehmend an Bedeutung und stellen den stationären Einzelhandel vor besondere Herausforderungen. Dazu gehört vor allem der **Onlinehandel**, der durch Vorteile, wie oftmals günstigere Preise, die direkte Vergleichbarkeit von Angeboten, die unmittelbare Verfügbarkeit von Testberichten und / oder Kundenbewertungen, keine Bindung an Ladenöffnungszeiten und / oder die Lieferung der bestellten Produkte ins Haus, besonders hervortritt. In der Folge weist dieser Vertriebsweg bundesweit stetig zunehmende Marktanteile auf, die durch die Corona-Pandemie noch einmal deutlich gewachsen sind: Der im Onlinehandel erzielte Einzelhandelsumsatz wuchs von rund 1 Mrd. Euro im Jahr 2000 auf rund 59 Mrd. Euro im Jahr 2019 an. Bedingt durch die mit der Corona-Pandemie einhergehenden Einschränkungen des stationären Einzelhandels (=Lockdown) konnte der Einzelhandelsumsatz im Onlinehandel im Jahr 2021 sogar auf rund 86,7 Mrd. Euro ansteigen; für das Jahr 2022 wird ein Anstieg auf rund 98,4 Mrd. Euro prognostiziert.¹⁵ Gemessen an den insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsätzen entspricht dieser Wert 2021 einem relativen Umsatzanteil von rund 15 % (Prognose 2022: rund 16 %).

¹⁴ „Ein Unternehmen betreibt E-Commerce, wenn es rechtsverbindliche Ein- oder Verkäufe über Websites oder automatisierten Datenaustausch (EDI) tätigt. Bezahlung und Auslieferung der Bestellungen müssen bei E-Commerce nicht im Bestellvorgang integriert sein.“ Definition des Statistischen Bundesamtes; Abruf unter www.destatis.de (Zugriff: 03/2020)

¹⁵ Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: E-Commerce-Umsatz mit Waren in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2022; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 04/2022)

Abbildung 5: Online-Umsätze von ausgewählten Warengruppen 2019, 2020 und 2021

Quelle: Darstellung Junker+Krusse, Grundlage: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: Warengruppen im Online-Handel nach dem Umsatz in Deutschland in den Jahren 2019 bis 2021; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 04/2022)

Wesentlichen Anteil an der Umsatzentwicklung haben die üblicherweise als zentrenrelevant eingestuft Sortimente aus dem Bereich Bekleidung mit rund 19 Mrd. Euro im Jahr 2021, gefolgt von Sortimenten aus dem Elektronikbereich mit 16,4 Mrd. Euro (vgl. Abbildung 5). Es zeigt sich, dass während der Corona-Pandemie in all diesen Warengruppen zusätzliche Umsatzzuwächse im Onlinehandel generiert wurden.

Eine prägende Entwicklung sind die sogenannten Multi-Channel-Konzepte. Dabei erfolgt eine Verknüpfung von verschiedenen Handelsformaten, beispielsweise von stationärem Einzelhandel und E-Commerce, d. h. der stationäre Handel geht online oder ein bisher nur online agierender Händler geht ins stationäre Geschäft. Ziel ist es, durch eine Verbindung unterschiedlicher Kanäle ein breites Kundenspektrum zu erreichen. Der Kunde hat bei diesem Konzept beispielsweise die Möglichkeit, sich im stationären Einzelhandel über ein bestimmtes Produkt zu informieren, um es daraufhin im Online-Shop käuflich zu erwerben oder ein online erworbenes Produkt im stationären Handel umzutauschen oder zurückzugeben.

Spezifische Entwicklungstrends in der Nahversorgung

Im Bereich der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln und Drogeriewaren zeigen sich spezifische Entwicklungen:

- Auf der einen Seite beleben **neue Handelsformate** den Markt; dazu gehören kleinere Formate von Lebensmittelanbietern in gut frequentierten städtischen Zentren oder Bringdienste - gekoppelt mit dem Onlinehandel.

- Auf der anderen Seite steigen – vorzugsweise außerhalb zentraler Lagen – die **Marktzutrittsgrößen** bzw. werden entsprechend von Investoren und Betreibern nachgefragt. Größere Märkte generieren einen größeren – in der Regel über die reine Nahversorgung hinausgehenden – Einzugsbereich. Dies impliziert eine Veränderung der Versorgungsnetzstruktur aufgrund wettbewerblicher bzw. städtebaulicher Auswirkungen. Es findet eine Netzausdünnung zu Lasten der fußläufigen Erreichbarkeit statt, die Qualität der wohnungsnahen Grundversorgung kann nicht mehr aufrechterhalten werden bzw. die Funktion „kleinerer“ Zentren in denen Lebensmittelanbieter einen wichtigen, funktionstragenden Anker darstellen, wird beeinträchtigt.
- Onlinehandel oder Bringdienste können diese entstehenden Lücken nur sehr eingeschränkt schließen, da es vor dem Hintergrund der Erhaltung der Zentren nicht allein um die Versorgung mit Lebensmitteln und Drogeriewaren geht, sondern auch um Synergien mit anderen Funktionen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie).

Folgende, durch die Corona-Pandemie ausgelöste oder verstärkte Trends im Einzelhandel lassen sich bereits beobachten:

- Es gibt zunehmend Online-Plattformen auf **lokaler / regionaler Ebene**. Diese aufgebauten lokalen / regionalen Online-Plattformen werden diesen Absatzweg dem inhabergeführten Einzelhandel „näherbringen“.
- Insgesamt wird die **Verknüpfung** von stationärem Einzelhandel und Onlinehandel zunehmen. Dadurch werden Multi-Channel-Konzepte für den stationären Einzelhandel wichtiger denn je.
- Die **Bedeutung und Wertschätzung** sowohl des stationären Einzelhandels – über die einfache Versorgung mit Gütern hinaus – als auch der Innenstädte bzw. Zentren als Treff- / Einkaufs- / Lebensmittelpunkte wird zunehmen. Das bestätigt eine Umfrage des Unternehmens Bonial zum Einfluss von Corona auf das Kaufverhalten und die Entwicklung des innerstädtischen Handels. Demnach kaufen mehr als 40 % der Befragten nun häufiger im lokalen Einzelhandel als vor der Corona-Pandemie und knapp 90 % der Befragten ist eine lebendige Innenstadt wichtig.¹⁶

Konsequenzen der Entwicklungen für die räumliche Planung

Die aufgeführten strukturellen und räumlichen Angebotsverschiebungen in Verbindung mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie stellen die räumliche Planung im Allgemeinen sowie in der Hansestadt im Besonderen weiterhin vor große Herausforderungen:

- Die **Nachfrage nach Standorten außerhalb von Zentren oder in peripheren Lagen im Randbereich der Zentren** hält nach wie vor an. Angesichts steigender Flächenansprüche vieler Betriebskonzepte passen diese vermeintlich nicht in vorhandene, gewachsene Siedlungsstrukturen. Die überwiegend dichten, kleinteiligen und manchmal auch historischen oder denkmalgeschützten Bebauungsstrukturen in städtischen Zentren können die

¹⁶ Quelle: Bonial International GmbH; Exklusive Umfrage: 90 Prozent der Deutschen ist eine lebendige Innenstadt wichtig; Abruf unter <https://www.bonial.com/de/pressemitteilungen/exklusive-umfrage/> (Zugriff: 09/2020)

Flächenansprüche heutiger Betriebsformen nur bedingt bzw. nur mit erheblichen Eingriffen (Umbaumaßnahmen wie Zusammenlegungen, Erweiterungen, Umnutzungen etc.) erfüllen.

- Durch überdimensionierte Einzelhandelsbausteine sowohl innerhalb und vor allem auch außerhalb der Zentren droht weiterhin eine **zunehmende Standortkonkurrenz**. Dabei sind es speziell die zentren- sowie nahversorgungsrelevanten Warenangebote, die für die Funktionsfähigkeit der städtischen Zentren Beeinträchtigungen mit sich bringen können. Eine besondere Bedeutung kommt dabei den Randsortimenten großflächiger Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten in dezentralen Lagen zu (z. B. Möbelanbieter).
- Aufgrund eines Rückgangs der Betriebszahlen sowie einer sinkenden Angebotsbreite und -qualität des Einzelhandels droht ein **Funktionsverlust gewachsener Zentren**, der aufgrund der bestehenden Multifunktionalität nicht nur den Einzelhandel betrifft. Das kann sich durch uniforme und zumeist kurzlebige Geschäftstypen manifestieren. Besonders kleinere Zentren sind einem Wettbewerbsdruck durch hybride Angebotsformen an Konkurrenzstandorten, vor allem auch außerhalb der Zentren, ausgesetzt. Die (Folge-) Nutzung von Leerständen und entstehende Brachflächen stellen immer wieder eine besondere Herausforderung dar, ebenso wie die sinkende Individualisierung des Einzelhandels und damit letztlich auch der Individualität der Städte.
- Wachsende Betriebsgrößen, Konzentrationstendenzen und in Teilen auch eine zunehmende Bedeutung des Onlinehandels auf der einen Seite sowie Angebotsverschiebungen an nicht integrierte Standorte auf der anderen Seite bewirken vor allem im Lebensmitteleinzelhandel sowie auch im Handel mit Drogeriewaren eine zunehmende **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** mit einer Verschlechterung der (fußläufigen) Erreichbarkeit von Versorgungsstandorten. Dies betrifft nicht nur ländlich strukturierte Räume, sondern auch kleinere bzw. dünner besiedelte Stadt- und Ortsteile in größeren Städten.
- Ein **kommunales Einzelhandelskonzept** ist ein langfristig angelegtes Steuerungsinstrument für die Einzelhandels- und Stadtentwicklung, welches in regelmäßigen Abständen überprüft und aktualisiert wird (etwa alle fünf Jahre). Auf Grundlage einer Status-Quo-Analyse der Angebots- und Nachfrageseite werden mittelfristige Entwicklungsprognosen getroffen und übergeordnete Entwicklungsziele und Maßnahmen definiert. Ein Ende aller Maßnahmen (u. a. Maskenpflicht) scheint zum gegenwärtigen Zeitpunkt (September 2022) nicht seriös prognostizierbar zu sein. Mittelfristige Prognosen sind aufgrund der ungewissen Dauer der Maßnahmen zur Bekämpfung der Corona-Pandemie und deren wirtschaftlichen Auswirkungen derzeit nicht zuverlässig möglich. Das gilt sowohl für die Angebots- als auch für die Nachfrageseite. Gleichwohl ist der Einzelhandel in erheblichem Ausmaß betroffen.

5 Nachfrageseitige Rahmenbedingungen

Nachstehend folgt zur grundsätzlichen Einordnung der Einzelhandelssituation in der Stadt Medebach eine Übersicht der aktuellen Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch die Prosperität des Einzelhandelsstandorts Medebach auswirken können. Die aktuellen nachfrageseitigen Rahmenbedingungen werden nachfolgend dargestellt.

5.1 Standortrelevante Rahmenbedingungen

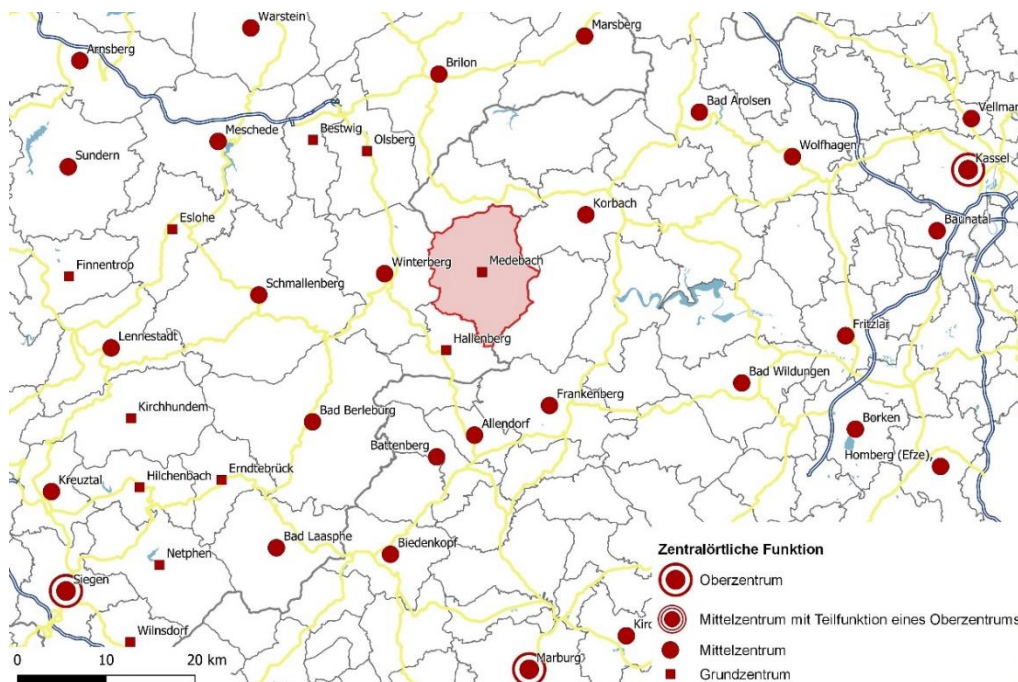
Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die rund 8.000 Einwohner zählende Hansestadt Medebach befindet im östlichen Nordrhein-Westfalen und gehört zum Hochsauerlandkreis. Sie liegt ländlich geprägt am Hang des Rothaargebirges. Gemäß der Landesplanung ist die Versorgungsfunktion auf die eigene Bevölkerung ausgerichtet. Medebach ist umgeben von Grund- und Mittelzentren (Winterberg, Hallenberg, Korbach (Hessen)). Die nächstgelegenen Oberzentren sind Marburg (Hessen), Siegen und Kassel (Hessen) in jeweils 50-60 km Entfernung.

Medebach ist touristisch geprägt. So sind Wintersportorte wie Winterberg und Willingen, sowie das Skigebiet Schloßberg in unmittelbarer Nähe. Auch abseits des Wintersports ist Medebach unter anderem durch die Ferienanlage Center Parcs und die vielen Wandermöglichkeiten attraktiv. Von den Übernachtungsgästen und den Tagestouristen profitiert in gewisser Weise auch der Einzelhandel in Medebach, wenn auch nur in einigen Branchen.

An das überregionale Straßenverkehrsnetz angebunden ist Medebach über verschiedene Bundesstraßen, einen direkten Autobahnanschluss gibt es nicht.

Karte 1: Lage der Stadt Medebach in der Region



Quelle: eigene Darstellung © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Die Hansestadt Medebach setzt sich zusammen aus der Kernstadt Medebach sowie den Ortsteilen Berge, Deifeld, Dreislar, Düdinghausen, Küstelberg, Medelon, Oberschledorn, Referinghausen und Titmaringhausen.

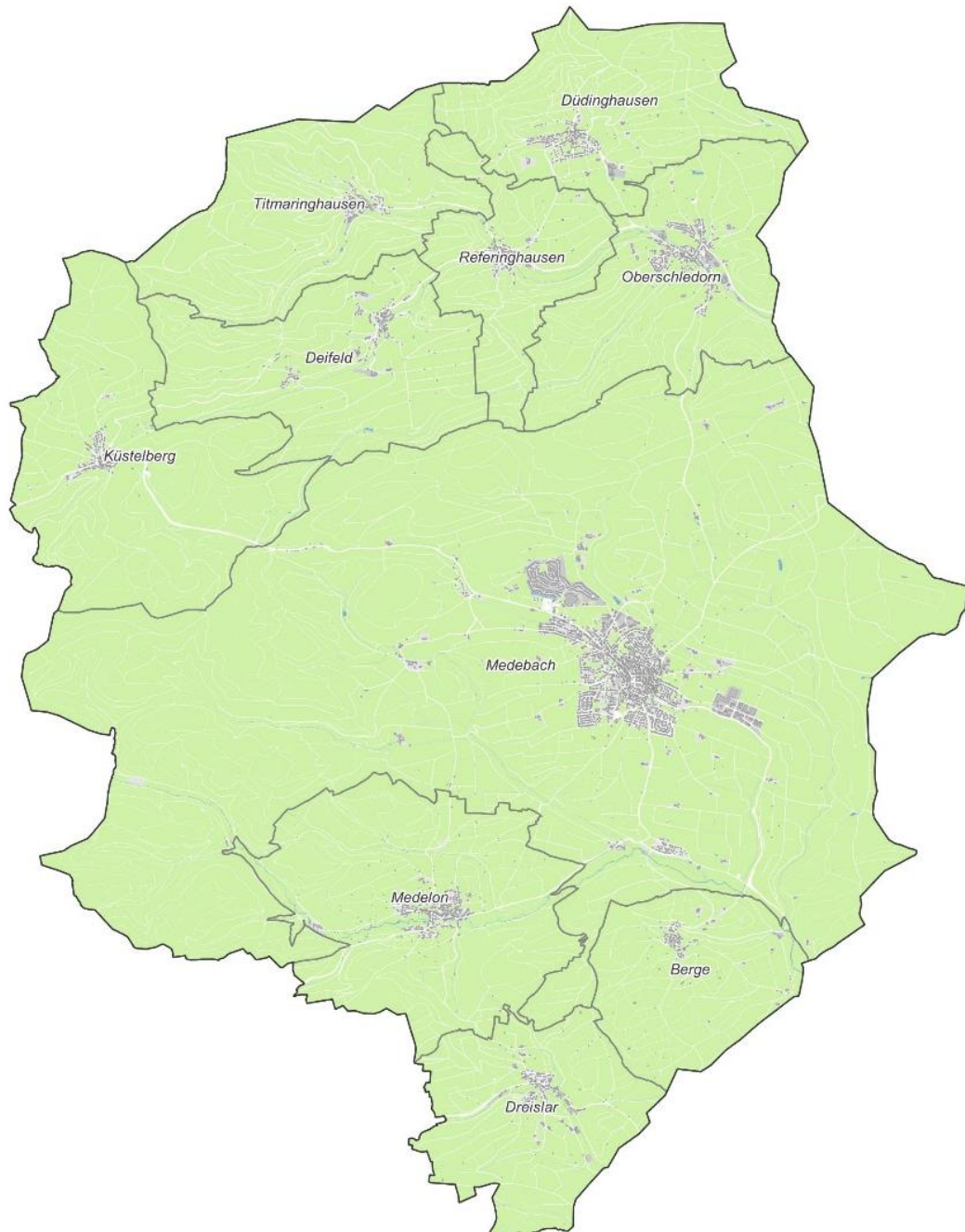
Tabelle 4: Einwohner (HWS) nach Ortsteilen

Ortsteil	Einwohnerzahl 2021
Berge	128
Deifeld	265
Dreislar	339
Düdinghausen	462
Küstelberg	226
Medebach	4.899
Medelon	579
Oberschledorn	864
Referinghausen	205
Titmaringhausen	174
Stadt Medebach gesamt	8141

Quelle: Stadt Medebach , Stand: Ortsteile: 28.02.2021; Gesamtstadt: 30.04.2021 (nur HWS)

Das Stadtgebiet ist geprägt durch den zentral gelegenen und kompakten Siedlungskörper der Kernstadt Medebach sowie mehrere dispers gelegene Ortsteile im Norden und Süden (vgl. Karte 2).

Karte 2: Siedlungs- und Stadtstruktur Medebach



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Geobasis NRW, Datenlizenz Deutschland – Zero (<https://www.govdata.de/dl-de/zero-2-0>)

5.2 Kaufkraftpotenzial in Medebach

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der IFH-Retail Consultants, Köln zurückgegriffen. Diese werden durch die IFH-Marktforschung bundesweit ermittelt und aktuell fortgeschrieben. Anhand der Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Warengruppen ermitteln.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial stellt sich für die Stadt Medebach folgendermaßen dar:

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Medebach

Warengruppe	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Medebacher Wohnbevölkerung	
	Pro Kopf (in Euro/Jahr)	Gesamt (in Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.501	20,0
Blumen (Indoor)/Zoo	120	1,0
Gesundheits- und Körperpflege	431	3,5
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	154	1,2
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	3.206	25,7
Bekleidung/Textilien	425	3,4
Schuhe/Lederwaren	116	0,9
Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren	104	0,8
Spielwaren/Hobbyartikel	132	1,1
Sport und Freizeit	198	1,6
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	974	7,8
Wohneinrichtung	157	1,3
Möbel	371	3,0
Elektro/Leuchten	182	1,5
Elektronik/Multimedia	410	3,3
Medizinische und orthopädische Artikel	80	0,6
Uhren/Schmuck	64	0,5
Baummarktsortimente	504	4,0
Gartenmarktsortimente	112	0,9
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	1.880	15,1
Kaufkraftpotenzial gesamt (inkl. Sonstiges)	6.305	50,5

Quelle: Eigene Berechnung nach IFH Retail Consultants Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2021, Köln

Diesem monetären Kaufkraftpotenzial liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau der Stadt Medebach zu Grunde. Die sogenannte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in Medebach

vom Bundesdurchschnitt (=100) an. Derzeit ergibt sich in Medebach eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von **93,80** d.h. dass die Medebacher Bevölkerung über ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Kaufkraftniveau verfügt.

Im regionalen Vergleich wird deutlich, dass das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Medebach leicht unter dem Kaufkraftniveau der umliegenden Kommunen liegt.

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich

Kommune	Einwohnerzahl	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau (Kaufkraftkennziffer)	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen (in Mio. Euro)
Medebach	8.013	93,80	50,5
Hallenberg	4.465	94,96	28,6
Korbach	23.458	95,96	150,4
Lichtenfels	4.100	97,28	27,0
Willingen (Upland)	6.096	97,19	40,0
Winterberg	12.638	94,81	80,7

Quelle: IFH Retail Consultants, Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2021 (Indexwert: Bundesdurchschnitt D = 100)

5.3 Tourismuspotenzial in Medebach

Neben der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der im Medebacher Stadtgebiet lebenden Bevölkerung schöpft sich bereits heute ein nennenswerter Anteil des in Medebach gebundenen Einzelhandelsumsatzes aus der **touristischen Kaufkraft** (Tagesbesucher und Übernachtungsgäste). Diesbezüglich ist allerdings zu berücksichtigen, dass sich ein Großteil der typischen touristischen Ausgaben im **kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich** konzentriert, also hauptsächlich in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren sowie Sport und Freizeit. Ein Profiteur abseits des Einzelhandels ist die Gastronomie.

Touristische Potenziale und Anziehungspunkte ergeben sich insbesondere durch die Ferienanlage Center Parcs sowie die als Wintersportort bekannte Region, sie in den warmen Monaten auch viele Wanderer und Radfahrer anlockt.

Entsprechend der Touristik-Gesellschaft Medebach mbH und Sauerland-Tourismus/Gästekünfte & Übernachtungen veröffentlichten Daten zum Tourismusaufkommen gab es im Jahr 2019 rund **900.000 Gästeübernachtungen** (2020 waren es durch die Corona-Pandemie deutlich weniger; ca. 570.000). Zusätzlich zu den Übernachtungsgästen besuchen jährlich viele **Tagesgäste** die Hansestadt.

Basierend auf den Zahlen der Übernachtungsgäste ergibt sich für die Stadt Medebach das folgende, überschlägig ermittelte touristische Kaufkraftpotenzial:

Tabelle 7: Jährliches touristisches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Medebach

Gäste der Stadt Medebach	Einwohneräquivalent	Annahme durchschnittliche pro Kopf Ausstattung ¹⁷ (in Euro)	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial (in Mio. Euro)
Übernachtungen 900.000	2,470 EW (900.000/365)	3.500	8,6

Quelle: eigene Annahmen und Berechnungen Junker + Kruse i.V.m. Daten des Comfort High Streets Report 2020 und dwif-Consulting GmbH
durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen;

Dem Einzelhandel in der Stadt Medebach steht pro Jahr ein **touristisches (zusätzliches) Kaufkraftpotenzial** von rund **8,6 Mio. Euro** zur Verfügung, was rund 20 % des im Medebacher Einzelhandel getätigten jährlichen Umsatzes entspricht.

Es ist somit unstrittig, dass der Tourismus für den Medebacher Einzelhandel eine **wichtige Umsatz- und Kaufkraftquelle** darstellt, was insbesondere bei der Bewertung der gesamtstädtischen und warengruppenspezifischen Umsätze entsprechend Berücksichtigung findet.

6 Aktuelle Angebotssituation in Medebach

Unter Berücksichtigung der im vorstehenden Kapitel beschriebenen standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstandorte und Einzelhandelsstrukturen in Medebach unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten analysiert. Hierfür wird zunächst ein gesamtstädtischer Betrachtungsbogen gespannt, bevor in einem vertiefenden Schritt eine räumliche Differenzierung sowie eine Betrachtung der Grundversorgungssituation im gesamten Stadtgebiet erfolgen.

6.1 Eckdaten des Einzelhandels in Medebach

Auf Basis der vorhandenen Datengrundlage aus der sortimentspezifischen flächendeckenden Erhebung aller Anbieter können differenzierte Aussagen zur Versorgungssituation in Medebach getroffen werden. Die nachfolgenden Zahlen beziehen sich grundsätzlich auf den Bestand zum Erhebungszeitpunkt (Februar und Juni 2021). Die wesentlichen Kennwerte des Einzelhandels in Medebach stellen sich zu diesem Zeitpunkt wie folgt dar:

Es bestehen **60 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne (d. h. ohne KFZ- und Brennstoffhandel, und auch ohne Leerstände) mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **14.500 m²**.

- Die **quantitativen Angebotsschwerpunkte** liegen in der nahversorgungsrelevanten

¹⁷ Bundesdurchschnittlicher Wert nach IFK, Köln 2019; eigene Annahmen bzgl. der Branchen

Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** (rd. 4.300 m² Verkaufsfläche) und in den flächenintensiven Branchen **Gartenmarktsortiment** (rd. 2.800 m² Verkaufsfläche), **Baumarktsortimente** (rd. 2.200 m² Verkaufsfläche) und.

- Die **innerstädtische Leitbranche Bekleidung** spielt mit rund 1.300 m² Verkaufsfläche **quantitativ ebenfalls eine Rolle**.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt etwa **1,8 m²** pro Einwohner und rangiert damit – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von rund 1,5 m² pro Einwohner.

Tabelle 8: Einzelhandelsbestand in Medebach nach Warengruppen, Umsätze und Zentralitäten

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ² (gerundete Werte)	Kaufkraft (in Mio. Euro)	Umsatz (in Mio. Euro)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	4.280	20,0	20,4	1,02
Blumen (Indoor)/Zoo	570	1,0	1,4	1,44
Gesundheit und Körperpflege	540	3,5	3,5	1,00
PBS*/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	250	1,2	1,1	0,89
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	5.360	25,7	26,4	1,03
Bekleidung	1.310	3,4	3,1	0,92
Schuhe/Lederwaren	270	0,9	0,9	0,97
GPK**/Haushaltswaren	500	0,8	1,1	1,33
Spielwaren/Hobbyartikel	20	1,1	0,1	0,06
Sport und Freizeit	120	1,6	0,3	0,21
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	2.220	7,8	5,5	0,71
Wohneinrichtung	270	1,3	0,4	0,35
Möbel	770	3,0	0,8	0,29
Elektro/Leuchten	240	1,5	1,0	0,70
Elektronik/Multimedia	260	3,3	1,6	0,48
Medizinische und orthopädische Artikel	80	0,6	0,5	0,82
Uhren/Schmuck	30	0,5	0,3	0,62
Baumarktsortimente	2.220	4,0	2,8	0,70
Gartenmarktsortimente	2.830	0,9	2,3	2,60
Überwiegend langfristiger Bedarf	6.700	15,1	9,9	0,66
Gesamtsumme	14.540	50,5	41,5	0,83

Quelle: Einzelhandelserhebung Feb/ Juni 2021; gerundete Werte, durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

* Papier/Büroartikel/Schreibwaren

** Glas, Porzellan, Keramik

- Dem in der Stadt Medebach vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von**

rund 50,5 Mio. Euro steht ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von rund 41,5 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 0,83** über alle Warengruppen, d. h. der erzielte Einzelhandelsumsatz liegt etwa 17 % unter dem örtlichen Kaufkraftvolumen. Es sind somit per Saldo Kaufkraftabflüsse an Angebotsstandorten in der Region nachweisbar. Der Zentralitätswert über alle Warengruppen ist ein für ein Grundzentrum hoher Wert. Positiv hervorzuheben sind die Werte in allen kurzfristigen Warengruppen sowie in den mittelfristigen Warengruppen Bekleidung/Wäsche, Schuhe/Lederwaren und GPK/Haushaltswaren.

- Der quantitative Einzelhandelsschwerpunkt mit 49 Betrieben und rund **14.100 m² Verkaufsfläche** (97 % des gesamtstädtischen Angebots) liegt deutlich in der **Kernstadt Medebach**.
- In den sehr kleinen Ortsteilen Medebachs spielt der Einzelhandel kaum eine Rolle. Nennenswerte Angebote gibt es im Stadtteilen **Oberschledorn** (insgesamt rund 250 m²). Hier ist ein kleiner Lebensmittelladen vorhanden.
- Neben dieser überwiegend quantitativen Betrachtung spielen für die Bewertung eines Einzelhandelsstandorts vor allem auch **qualitative** und **räumliche** Aspekte eine entscheidende Rolle. In einem weiteren Schritt wird das Einzelhandelsangebot der Stadt Medebach daher unter diesen Gesichtspunkten näher betrachtet.

Zwischenfazit – Angebotsstruktur des Einzelhandels in Medebach:

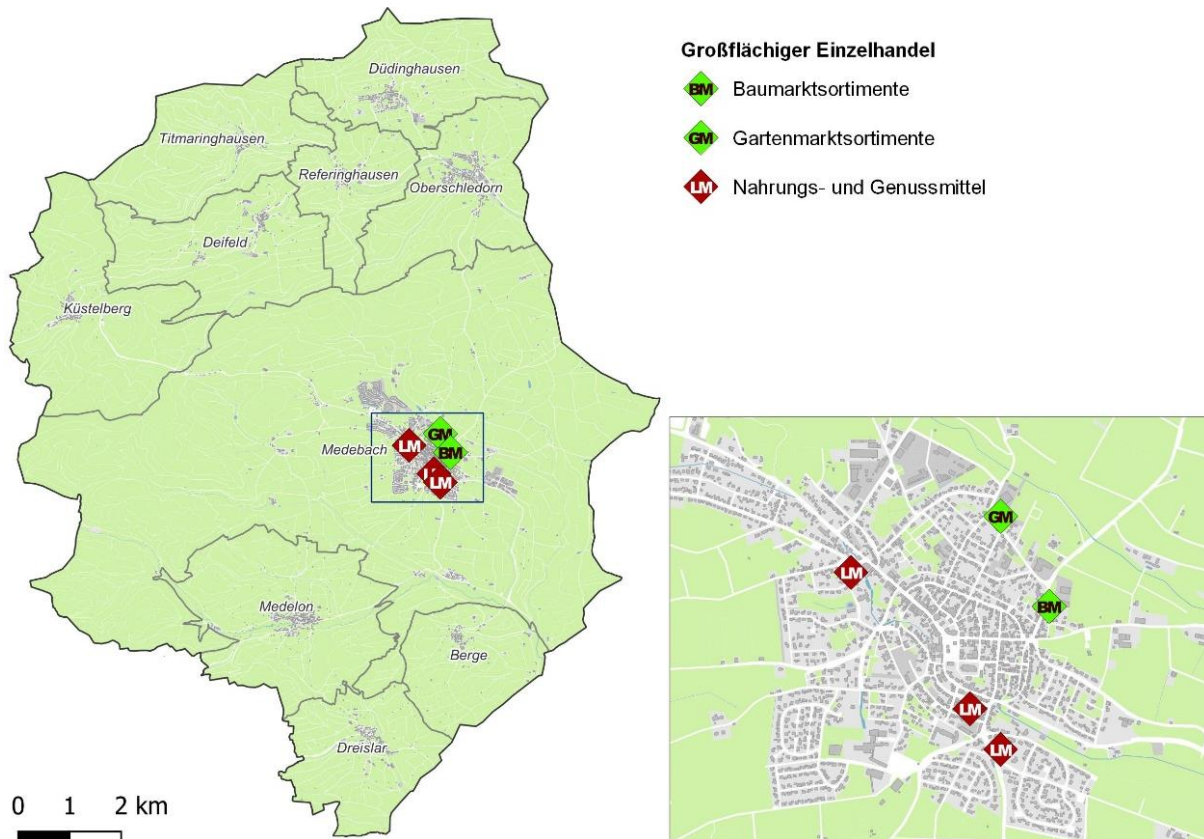
Insgesamt zeigt sich anhand der sortimentspezifischen Verkaufsflächenausstattung und der Angebotsschwerpunkte (Hauptbranchen) der Betriebe, **dass in jeder Branche ein gewisses Angebot in Medebach vorhanden** ist. Die quantitative Ausprägung entspricht der eines Grundzentrums. In den Warengruppen Bekleidung/Wäsche und Schuhe/Lederwaren liegen hohe Zentralitätswerte von annähernd 1 vor.

Großflächiger Einzelhandel in Medebach

- Aktuell existieren in Medebach **fünf großflächige Anbieter**¹⁸ mit einer Verkaufsfläche von zusammen ca. 8.600 m². Obwohl diese Betriebe nur rund 8 % aller Anbieter darstellen, umfassen sie rund **60 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots**.
- Mit drei Betrieben und rund 3.300 m² Verkaufsfläche, entfallen mehr als ein Drittel der Verkaufsfläche aller großflächigen Betriebe auf Anbieter der **Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel**.
- Weiterhin ist jeweils ein großflächiger Betrieb in der Hauptwarengruppe **Gartenmarktsortiment** (Klotz Gartenmarkt) und ein weiterer in der Hauptwarengruppe **Baumarktsortiment** (Mühlenhoff) vorhanden.

¹⁸ Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgte bislang nach § 11 (3) BauNVO ab einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m². Die relevante Rechtsprechung besagt dazu, dass der Tatbestand der Großflächigkeit gegeben ist, wenn eine Verkaufsfläche von 800 m² überschritten wird (Vgl. Urteil vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).

Karte 3: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Medebach

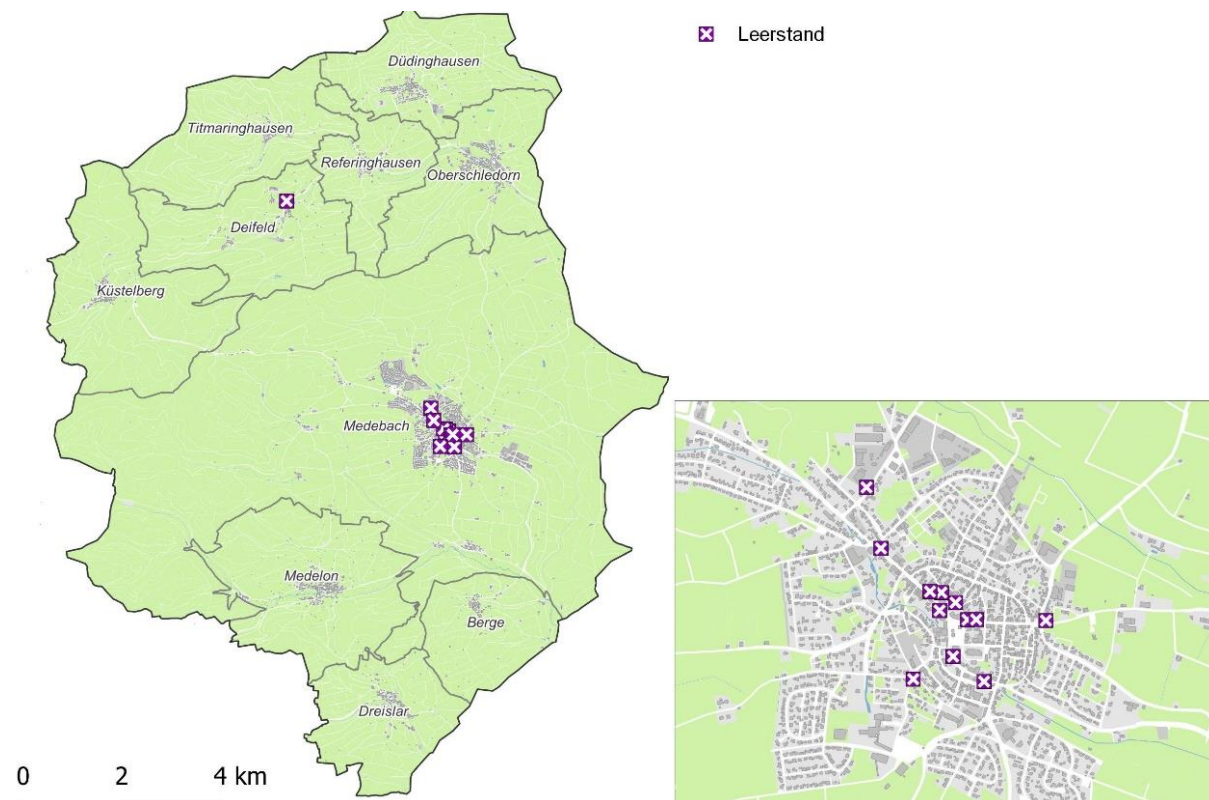


Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Geobasis NRW, Datenlizenz Deutschland – Zero (<https://www.govdata.de/dl-de/zero-2-0>), eigene Erhebung Feb./Juni 2021

Leerstände in Medebach

- Zum Erhebungszeitpunkt Februar und Juni 2021 liegen im Stadtgebiet **13 Leerstände** von Ladenlokalen vor. Insgesamt beläuft sich die Verkaufsfläche dieser leerstehenden Lokale auf rund **1.200 m²**. Dies entspricht einer Leerstandsquote von rund 8 % bezogen auf die Verkaufsfläche, ein Wert, der leicht unter einer als üblich anzunehmenden 10 % Fluktuationsrate liegt.
- **Neun** der insgesamt 13 Ladenleerstände befinden sich in der **Medebacher Innenstadt** und hier insbesondere in der Oberstraße. Mit etwa **1.000 m²** stehen **zum Erhebungszeitpunkt** ein hoher Anteil von rund 20 % der Verkaufsfläche in der Innenstadt leer. Im Hinblick auf potenzielle Folgenutzungen der Ladenlokale spielen neben der Flächengröße und dem Zugschnitt auch die vorhandene Eigentümerstruktur eine Rolle.
- Der größte Leerstand in Medebach liegt in der Oberstraße mit rund 350 m² Verkaufsfläche.

Karte 4: Leerstände im Medebacher Stadtgebiet



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Geobasis NRW, Datenlizenz Deutschland – Zero (<https://www.govdata.de/dl-de/zero-2-0>), eigene Erhebung Feb./Juni 2021

6.2 Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Medebach

Die konkrete räumliche Verteilung des Einzelhandels im Medebacher Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung von grundlegender Bedeutung. In Medebach kristallisieren sich folgende **räumlich funktionale Angebotschwerpunkte** heraus, die in besonderem Maße durch Einzelhandelsnutzungen geprägt sind:

6.2.1 Die Medebacher Innenstadt

Städtebauliche und einzelhandelsrelevante Einordnung

Die Kernstadt Medebachs ist von kleinteiliger, oft historischer Bausubstanz und einem homogenen Gesamtbild mit vereinzelt größeren Ergänzungen und Eifügungen geprägt. Die Bebauung in der Innenstadt ist überwiegend randständig, zwei- bis dreigeschossig und entspricht dem ländlichen Charakter. Immer wieder grenzen auch unbebaute Parzellen (Grünflächen) an den öffentlichen Straßenraum.

Die weithin sichtbare Ortsmitte bilden die erhöht liegende St. Peter-und-Paul-Kirche und der nordwestlich anschließende **Marktplatz**. Letzterer wird an seiner südlichen Seite vom Amtsgerecht und nördlich vom Rathaus eingefasst, sodass sich hier ein stadtprägendes Ensemble zentraler öffentlicher Institutionen bildet. **Aus Einzelhandelssicht spielt der Marktplatz eine deutlich untergeordnete Rolle**, er verfügt jedoch über ein gastronomisches Angebot. An der

nordwestlichen Ecke des Marktplatzes treffen am zentralen Verkehrsknotenpunkt die drei Hauptverkehrsachsen Ober-, Öster- und Niederstraße aufeinander.

Die **Oberstraße** bildet dabei eine geradlinige Achse von ca. 1,5 km Länge, in deren Verlauf die historische Bebauung mit kleinteiligem Geschäftsbesatz fließend in einen aufgelockerten Bereich mit Wohnbebauung und großflächigeren stadtrandtypischen Nutzungen (Tankstellen, Autohaus etc.) und schließlich in die Landschaft und die angrenzende Ferienanlage Center Parcs übergeht. Der **Einzelhandelsbesatz** und sonstiger gewerblicher Besatz **konzentriert sich in der Oberstraße hin zum Zentrum zunehmend dichter**.

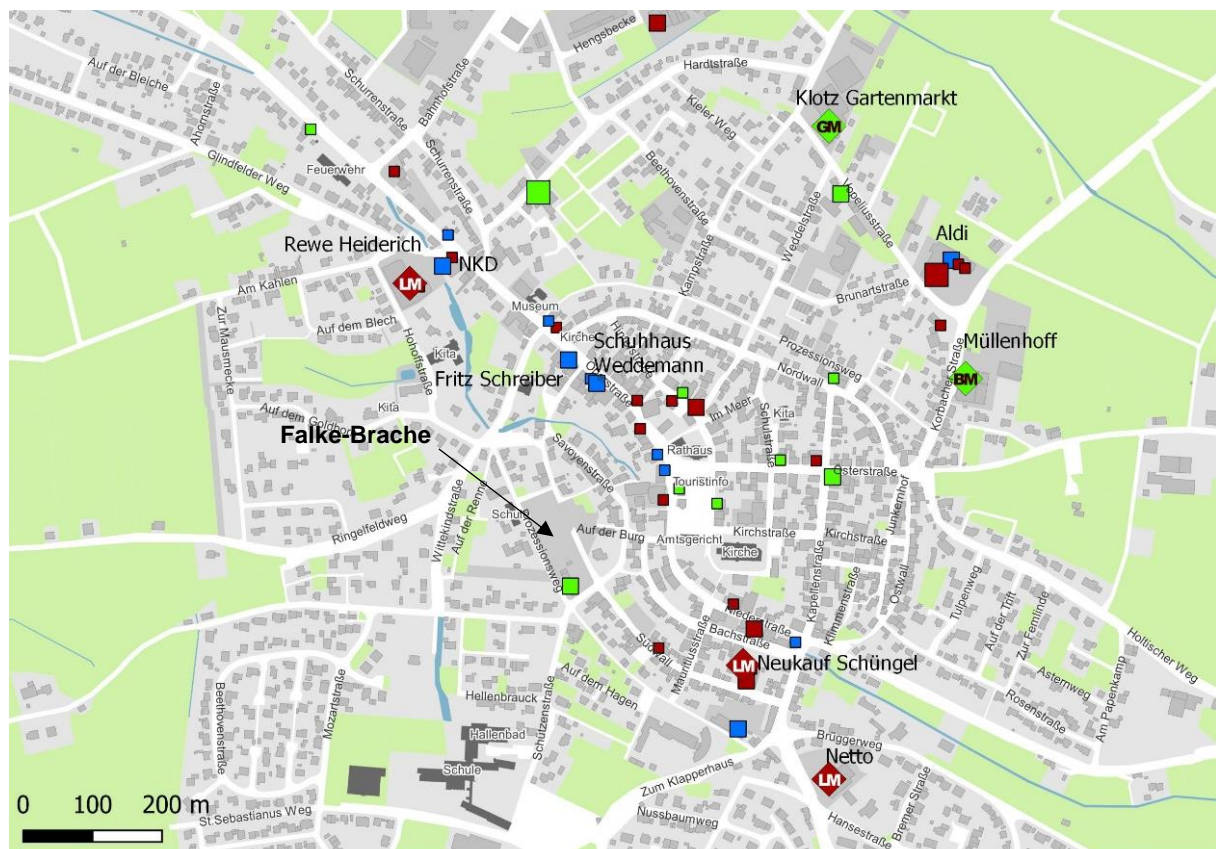
Die Gestaltung der traditionellen Geschäftsstraße **Oberstraße** wird von ihrer verkehrlichen Funktion dominiert. Die **Aufenthaltsqualität** in den Seitenräumen wird durch die Emissionen des Durchgangsverkehrs mitunter **stark eingeschränkt**. Durchgängig vorhandene Parkstände erschweren ihre Nutzung als Aufenthalts- und Begegnungszone. Die Gehwegbreite variiert stark, von großzügig bis nicht für den Begegnungsfall ausreichend. Vereinzelt vorhandene Stadtbäume befinden sich in zu eng dimensionierten Baumscheiben auf dem Gehweg. Obwohl es die Dimensionierung der Seitenräume an einigen Stellen durchaus zuließe, finden sich keine besonders gestalteten Aufenthaltsbereiche. Die Belebung des öffentlichen Raums gelingt trotz des (noch) relativ hohen Gastronomie-, Einzelhandels- und Gewerbebesatzes nur sehr begrenzt.

In den Hauptverkehrsstraßen Nieder- und Österstraße sowie der Bach- und Savoyenstraße besteht, die Gestaltung des öffentlichen Raums betreffend, ein einfacher Standard: die **Straßenräume** sind **funktional gestaltet**, nahezu vollständig versiegelt und verfügen, von vereinzelt Sitzgelegenheiten abgesehen, nicht über herauszustellende gestalterische Qualitäten, die eine Gelegenheit zum Aufenthalt bieten.

Öster- und Niederstraße verfügen über **einen nachrangigeren (Einzelhandels)Besatz und können als Neben- oder Ergänzungslagen** charakterisiert werden.

Mit der **Falke-Brache** gibt es in Medebach ein großes und zentral gelegenes Flächenpotenzial für die Innenentwicklung. Das ca. 1 ha große Areal befindet sich in integrierter Lage in unmittelbarer Nähe zum historischen Zentrum. Die Oberstraße und auch das übrige innerstädtische Angebot sind fußläufig in kurzer Distanz erreichbar.

Karte 5: Die Medebacher Innenstadt (Einzelhandel nach Größenklassen und Bedarfsstufen)



Einzelhandel Bedarfsstufe

- kurzfristige Bedarfsstufe
- mittelfristige Bedarfsstufe
- langfristige Bedarfsstufe
- < 100 m² Gesamtverkaufsfläche
- 100 - 399 m² Gesamtverkaufsfläche
- 400 - 800 m² Gesamtverkaufsfläche

Großflächiger Einzelhandel

- ◆ LM Nahrungs- und Genussmittel
- ◆ BM Baumarktsortimente
- ◆ GM Gartenmarktsortimente

Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Geobasis NRW, Datenlizenz Deutschland – Zero (<https://www.govdata.de/dl-de/zero-2-0>), eigene Erhebung Feb./Juni 2021

Die Innenstadt bildet den zentralen und bedeutendsten Einzelhandelsstandort in Medebach. Mit **29 Betrieben** entfallen **knapp die Hälfte aller in Medebach vorhandenen Einzelhandelsbetriebe** auf die Innenstadt. Insgesamt befinden sich etwa **4.700 m²** Verkaufsfläche in diesem Bereich, was flächenmäßig **einem vergleichsweise hohen Anteil von ca. einem Drittel an der Gesamtverkaufsfläche entspricht**.

Die Innenstadt ist damit **der quantitative Angebotsschwerpunkt** innerhalb der Medebacher Einzelhandelslandschaft.

Tabelle 9: Verkaufsflächenangebot in der Medebacher Innenstadt

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ² (gerundete Werte)	Anteil an Ge- samt in %
Nahrungs- und Genussmittel	2.525	59,0
Blumen (Indoor)/Zoo	200	35,4
Gesundheit und Körperpflege	370	69,2
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	180	73,5
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	3.275	58,2
Bekleidung	490	37,5
Schuhe/Lederwaren	255	96,2
GPK/Haushaltswaren	200	40,0
Spielwaren/Hobbyartikel	5	25,0
Sport und Freizeit	40	34,8
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	990	44,9
Wohneinrichtung	105	39,6
Möbel	-	
Elektro/Leuchten	50	21,7
Elektronik/Multimedia	10	3,9
Medizinische und orthopädische Artikel	85	100,0
Uhren/Schmuck	30	100,0
Baumarktsortimente	135	6,1
Gartenmarktsortimente	-	0,0
Überwiegend langfristiger Bedarf	415	6,2
Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)	4.680	32,2

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Februar und Juni 2021

Insgesamt zeigt sich ein **für ein Grundzentrum typisches Bild**: Das Einzelhandelsangebot ist – wie für Innenstadtlagen dieser Stadtgrößen typisch – **überwiegend kleinteilig strukturiert**. Die Verkaufsflächenanteile lassen in der Innenstadt insbesondere in den mittelfristigen Warengruppen zwar auf eine eingeschränkte Sortimentsbreite und -tiefe schließen, zeigen jedoch ein **(noch) gut strukturiertes Angebot**. Hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang die hohe räumliche Konzentration der jeweiligen Verkaufsflächen in den mittelfristigen Warengruppen Schuhe/Lederwaren, medizinische und orthopädische Artikel, sowie Uhren/Schmuck auf die Innenstadt.

Positiv einzuschätzen ist das vorhandene Grundversorgungsangebot in der Medebacher Innenstadt in Form des Verbrauchermarktes **Rewe** und des **Edeka-Marktes** (Neukauf Schlüngel) in der **Bachstraße**. Beide Anbieter haben eine Magnet- und Ankerfunktion für den übrigen meist kleinteilig organisierten innerstädtischen Einzelhandel.

Für den hinsichtlich der Verkaufsfläche und der Stellplatzsituation in die Jahre gekommenen Edeka-Standort in der **Bachstraße** bestehen seitens des Eigentümers und Betreibers Veränderungsabsichten im Hinblick auf eine Neuordnung und Standortsicherung inkl. Verkaufsflächen- ausweitung. Auf der Fläche des jetzigen Marktes gibt es einen Bebauungsplan aus dem Jahr 1993, der die Fläche als Sondergebiet „Handel“ ausweist; zulässig sind demnach 1.200 m² Lebensmittelverkaufsfläche. **Sollte der Lebensmittelmarkt an der Bachstraße nicht weitergeführt werden können**, besteht alternativ die Möglichkeit auf der Fläche **Falke-Brache**, die EDEKA gekauft hat, im Zusammenhang mit dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt einen großflächigen Vollsortimenter anzusiedeln.

Das in der Innenstadt vorhandene Angebot übernimmt **eine bedeutende Versorgungsfunktion für Medebach** – der in der Medebacher Innenstadt angesiedelte Einzelhandel mit insbesondere nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten dient einer gesamtstädtischen und z. T. stadtübergreifenden Versorgung. Medebach erfüllt damit **seine zentralörtliche Funktion und hält darüber hinaus ein gewisses Angebot in der Innenstadt bereit**. Dieses **gut strukturierte Angebot** zu erhalten wird vor dem Hintergrund **schwierig**, dass insbesondere für den inhabergeführten Facheinzelhandel in den nächsten Jahren die Nachfolge unklar ist.

Umso bedeutsamer und wichtiger wird es für Städte dieser Größe, **stabile Bausteine in den nahversorgungsrelevanten Angeboten, allen voran im Lebensmittelbereich, vorzuhalten** und so den Standort Innenstadt zukunftsicher zu gestalten im Hinblick auf die Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs.

6.2.2 Weitere Angebotsschwerpunkte im Medebacher Stadtgebiet

Die Hansestadt Medebach verfügt **nicht über einen Sonderstandort** des überwiegend agglomerierten, **nicht zentrenrelevanten Einzelhandels**. Im Stadtgebiet existieren jedoch in Solitär- lägen je ein großflächiger Baumarkt und Gartenmarkt. Darüber hinaus gibt es einen kleineren Möbelmarkt.

Damit verfügt die Stadt Medebach über ein ergänzendes, jedoch eingeschränktes Angebot in diesen üblicherweise in Mittel- und Oberzentren in einer deutlich größeren Angebotsbreite und -tiefe vorhandenen Warengruppen.

Das Lebensmittelangebot außerhalb der Innenstadt wird im nächsten Kapitel beleuchtet.

6.3 Wohnungsnahe Grundversorgung in Medebach

In der Gesamtschau ist für die Hansestadt eine **aus rein quantitativer Sicht zunächst gute Angebotsausstattung** mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu verzeichnen:

Derzeit führen in Medebach **24 Einzelhandelsbetriebe** Nahrungs- und Genussmittel als Kernsortiment. Es entfallen rund **4.300 m² Verkaufsfläche** auf diese Warengruppe, was einem Anteil von rund **30 %** an der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt Medebach entspricht. Das Angebot ist fast ausschließlich in der Kernstadt verortet. In Oberschledorn ist ein kleiner Lebensmittel- laden angesiedelt.

Tabelle 10: Räumliche Differenzierung des Lebensmittelangebotes nach Ortsteilen

Ortsteile	Einwohner	Anzahl der Betriebe NuG	VKF NuG in m ² (gerundet)	VKF NuG / EW in m ²
Berge	128	-	-	-
Deifeld	265	1	15	0,06
Dreislar	339	-	-	-
Düdinghausen	462	1	15	0,03
Küstelberg	226	1	15	0,07
Medebach	4.899	18	4.075	0,83
Medelon	579	1	25	0,04
Oberschledorn	864	2	135	0,16
Referinghausen	205	-	-	-
Titmaringhausen	174	-	-	-
Summe	8.013	24	4.280	0,53

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Feb./Juni 2021; Einwohner: Stadt Medebach

Die gesamtstädtische **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beträgt **0,53 m² pro Kopf** und liegt leicht über dem bundesweiten Durchschnittswert von etwa 0,5 m². Der Wert innerhalb der Kernstadt überragt entsprechend des vorhandenen Angebots den gesamtstädtischen Wert.

Die **qualitative Angebotsmischung** aus zwei Vollsortimentern (Rewe mit Verbrauchermarktgröße und Edeka) und zwei Lebensmitteldiscountern (Aldi und Netto) sowie weiteren kleineren Lebensmittelläden, Betrieben des Lebensmittelhandwerks, Getränkefachmärkten, Kiosks und Tankstellenshops ist grundsätzlich positiv zu bewerten.

Im Hinblick auf eine möglichst flächendeckende und wohnortnahe Grundversorgung spielt neben der quantitativen Ausstattung und strukturellen Zusammensetzung des Angebots an Nahrungs- und Genussmitteln vor allem die räumliche Verteilung dieses Angebots eine wichtige Rolle.

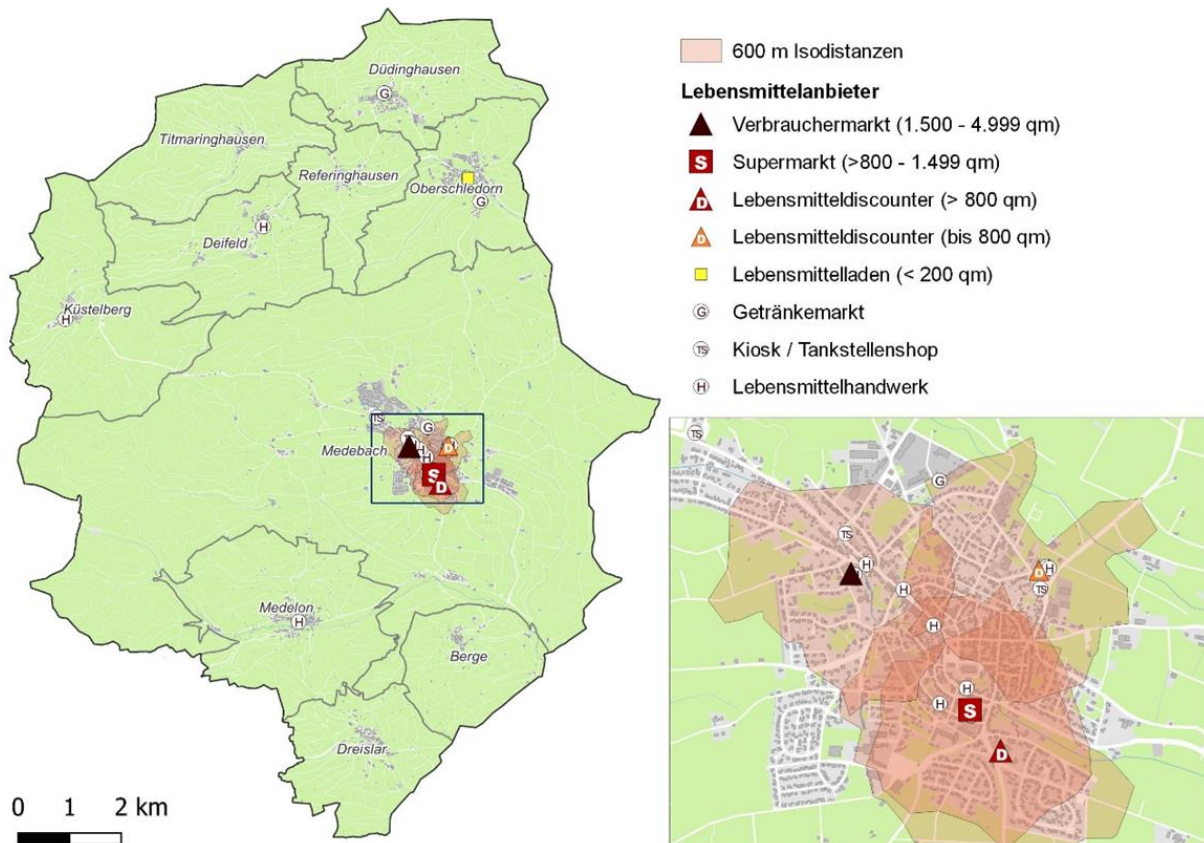
Eine gesicherte und ausreichende Grundversorgung der Wohnbevölkerung einer Stadt mit Nahrungs- und Genussmitteln setzt eine gute Erreichbarkeit der Einkaufsmöglichkeiten vom Wohnort, insbesondere zu Fuß oder mit dem Fahrrad, voraus. Zur **räumlichen Bewertung** der Einzelhandelsstandorte wird daher die fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 500 bis 1.000 m als maximal akzeptierte Distanz herausgestellt. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Wegschwelle für Fußgängerdistanzen. Es ist davon auszugehen, dass die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs – v.a. mit Lebensmitteln, Getränken sowie Gesundheits- und Drogerieartikeln – i.d.R. noch in einer Gehzeit von zehn Minuten möglich sein soll. In der nachfolgenden Karte die strukturprägenden Lebensmittelanbieter (ab einer Verkaufsfläche von 400 m², ohne Lebensmittelhandwerk, Getränkemarkt und

Tankstellenshop/Kiosk) im Medebacher Stadtgebiet mit einer sogenannten Isodistanz¹⁹ von 600 m dargestellt.

- Im zentralen Siedlungsbereich der Kernstadt Medebach stellen die Anbieter Edeka, Rewe sowie Netto und Aldi eine **räumlich ausgewogene Angebotssituation** her. In den Siedlungsrandbereichen sind vor allem im südwestlichen gelegenen Siedlungsbereich jenseits der Mozartstraße und im äußersten Nordwesten kleinere **räumliche Versorgungslücken** auszumachen. Dies entspricht einem typischen Bild in Städten mit einer vergleichbar kompakten Kernstadt.
- Die beiden Lebensmittelvollsortimenter in der Innenstadt leisten aufgrund **ihrer zentralen Lage sowohl eine gesamtstädtische als auch eine Nahversorgungsfunktion** für die im Zentrum lebenden Einwohner. Darüber hinaus ergänzen die beiden Lebensmitteldiscounter Netto und Aldi außerhalb des Zentrums das bestehende Vollsortiment und erfüllen am jeweiligen Standort neben der gesamtstädtischen **eine ergänzende wohnortnahe Versorgungsfunktion**.
- Mit Ausnahme des Ortsteils Oberschledorn, in dem der kleine ansässige Lebensmittelladenfußläufig für einen Großteil der Bevölkerung gut erreichbar ist, sind die übrigen sehr kleinen Medebacher Ortsteile **aus räumlicher Sicht unterversorgt**.

¹⁹ Die Isodistanz bezeichnet die Verbindungslinien aller Orte, die von einem Ausgangspunkt aus in derselben Zeit zu erreichen sind. Hier werden anders als bei Luftlinien oder Radien tatsächlich existierende Wegebeziehungen zugrunde gelegt.

Karte 6: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Medebach mit 600 m - Fußwegedistanzen



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Geobasis NRW, Datenlizenz Deutschland – Zero (<https://www.govdata.de/dl-de/zero-2-0>), eigene Erhebung Feb./Juni 2021

Zwischenfazit – wohnortnahe Grundversorgung:

In der gesamtstädtischen Betrachtung zeigt sich in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel eine **aus quantitativer Sicht gute, jedoch unter qualitativen Gesichtspunkten verbesserungswürdige Versorgungssituation**.

Mit Blick auf eine möglichst wohnungsnah, fußläufig erreichbare Versorgung ist **eine ausgewogene räumliche Verteilung des Angebots mit einem quantitativ hohen Anteil an Verkaufsfläche in zentralen Lagen zu erkennen**. Zwei der Lebensmittelmärkte entsprechen dabei jedoch nicht mehr modernen Standards hinsichtlich ihrer Betriebsgröße, der Warenpräsentation und der Stellplatzsituation (Edeka in der Bachstraße und Aldi, der unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit agiert). Beide Betriebe planen derzeit eine Neuausrichtung in Verbindung mit einer Verkaufsflächenerweiterung.

Defizite in der fußläufigen Erreichbarkeit größerer Märkte betreffen vor allem Siedlungsrandbereiche bzw. die kleinen abgesetzten Ortsteile Medebachs.

6.4 Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse

- Mit **60 Einzelhandelsbetrieben** auf rund **14.500 m² Verkaufsfläche** präsentiert sich die Hansestadt Medebach in der Gesamtbetrachtung über alle Warengruppen derzeit zunächst mit einer für ein Grundzentrum überdurchschnittlichen quantitativen Angebotsausstattung. Umgerechnet auf aktuell rund 8.000 Einwohner ergibt sich eine **Verkaufsflächenausstattung von rund 1,8 m² je Einwohner**, was im bundesweiten Vergleich (Bundesdurchschnitt: 1,5 m²/EW) einen leicht **überdurchschnittlichen Wert** darstellt.
- Mit einem einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von ca. 50,5 Mio. Euro** weist Medebach ein im bundesweiten wie regionalen Vergleich **unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau** (Kaufkraftkennziffer: 93,80). Demgegenüber steht ein jährlicher **Umsatz von rund 41,5 Mio. Euro** im Medebacher Einzelhandel, so dass sich im Verhältnis eine **Zentralitätskennziffer** von rund **0,83** ergibt. Per Saldo übersteigen die Kaufkraftabflüsse an Konkurrenzcentren im Umland somit deutlich die Kaufkraftzuflüsse nach Medebach, was jedoch **zunächst in der Betrachtung über alle Warengruppen hinweg durchaus der landesplanerischen Versorgungsfunktion als Grundzentrum** entspricht.
- Es sind Angebote in allen Hauptbranchen zu finden. **Zufriedenstellende Zentralitätswerte** mit knapp unter bzw. deutlich über 1 ergeben sich in allen **nahversorgungsrelevanten Warengruppen**. Das unterstreicht die Versorgungsbedeutung in diesen Warengruppen insbesondere für die eigene Bevölkerung. Medebach wird der zentralörtlichen Funktion gereicht. Darüber hinaus werden **überdurchschnittlich hohe Zentralitäten in den mittelfristigen Warengruppen Bekleidung/Wäschen, Schuhe/Lederwaren sowie Glaswaren/Porzellan/Kermit und Haushaltswaren** erzielt.
- Bedeutendster Angebotsstandort **ist die Medebacher Innenstadt. Sie wird dieser Rolle auch aus quantitativer Sicht gerecht**. Die Innenstadt präsentiert sich weitgehend mit ihren kompakten städtebaulichen Strukturen und ihrer multifunktionalen Nutzungsmischung aus Einzelhandel, öffentlichen und privaten Dienstleistungsreinrichtungen sowie Kultur-/Gastronomieangeboten als attraktiver und funktionsfähiger Standort. Unter einzelhandelseitigen Gesichtspunkten handelt es sich um **ein quantitativ gut ausgestattetes Zentrum ohne für ein Grundzentrum erkennbare Angebotsdefizite**.
- Mit Blick auf eine möglichst wohnungsnahe, fußläufig erreichbare Versorgung ist eine **ausgewogene räumliche Verteilung des Angebots mit einem quantitativ hohen Anteil an Verkaufsfläche in zentralen, Wohnsiedlungsbereichen funktional zugeordneten Lagen** zu erkennen. Zwei der vier strukturprägenden Lebensmittelmärkte entsprechen dabei nicht mehr modernen Standards hinsichtlich ihrer Betriebsgröße, der Warenpräsentation und der Stellplatzsituation (Edeka und Aldi). Beide Anbieter planen daher bereits Veränderungen im Hinblick auf eine Standortsicherung vorzunehmen. Defizite in der fußläufigen Erreichbarkeit größerer Märkte betreffen vor allem Siedlungsrandbereiche bzw. die sehr kleinen, abgesetzten Ortsteile Medebachs.
- **Ein klassischer Sonderstandort im Sinne einer Agglomeration existiert in Medebach nicht**, jedoch weist die Stadt je einen großflächigen Markt in Solitärlage im Bereich der Garten- und Baumarktsortimente auf. Zudem gibt es ein größeres Möbelhaus.

- Aus quantitativer Sicht ist im Medebacher Einzelhandel ein **hoher Verkaufsflächenanteil von rund 32 % am Gesamtbestand in der Innenstadt** zu konstatieren. Die Stadt Medebach sollte **konsequent ihre Ansiedlungs- und Steuerungspraxis fortführen**, um einen Ausbau der Verkaufsflächen in städtebaulich nicht integrierten Lagen zu weiter zu vermeiden und so Ansiedlungsperspektiven in der Innenstadt zu ermöglichen. Die Innenstadt ist heute räumlicher Ansiedlungsschwerpunkt in den Warengruppen Uhren/Schmuck, medizinische und orthopädische Artikel, Schuhe/Lederwaren und in den kurzfristigen Warengruppen PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher, Gesundheits- und Körperpflegeartikel sowie Nahrungs- und Genussmittel. Wünschenswert wäre darüber hinaus eine Verschiebung des räumlichen Angebotsschwerpunktes in die Innenstadt in der Branche Bekleidung/Wäsche.

Medebach wird seiner **grundzentralen Versorgungsfunktion gerecht**. Darüber hinaus hält der Einzelhandel ein **ergänzendes Angebot in den mittel- und langfristigen Warengruppen** bereit. Im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels kann festgehalten werden, dass sich **zwei Anbieter** im Stadtgebiet aufgrund ihrer heute nicht mehr gängigen Marktgröße, Warenpräsentation und Stellplatzsituation **nicht mehr zeitgemäß präsentieren**, was in Veränderungsabsichten beider Märkte zum Ausdruck kommt.

7 Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Medebach

Im Folgenden wird eine neutrale Einschätzung der aktuellen mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (Prognosehorizont: 2040) des Einzelhandels in Medebach gegeben. Für die Stadt als Träger der kommunalen Planungshoheit können entsprechende Aussagen als Orientierungsrahmen zur Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen von Einzelhandelsflächen dienen. In die Ermittlung der in den nächsten Jahren voraussichtlich zu erwartenden Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Medebach fließen folgende Faktoren ein:

Gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation in Medebach wurde eine umfassende Analyse angestellt (vgl. dazu Kapitel 5 und 6). Insbesondere der branchenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Ermittlung zu künftigen Entwicklungsspielräumen ein. Aber auch qualitative Bewertungen der Angebotsstruktur sowie der räumlichen Angebotssituation sind hier von Bedeutung.

Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten

Die Entwicklung der Flächenproduktivität²⁰ ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, wird für die zukünftige Entwicklung in Medebach von einer konstanten Flächenproduktivität ausgegangen. Der nominale Umsatz im Medebacher Einzelhandel wird in Abhängigkeit der Entwicklungen einzelhandelsrelevanter Kennwerte, unter Einbeziehung durchschnittlicher Flächenproduktivitäten und dem Einfluss des Onlinehandels voraussichtlich nur gering ansteigen.

Bevölkerungsentwicklung in der Hansestadt Medebach bis 2040

Gemäß des Statistischen Landesamtes Nordrhein-Westfalen²¹ ist für die Hansestadt Medebach von einer leichten Zunahme der Bevölkerung um ca. 1 % bis 2040 auszugehen (Basisjahr 2018).

Entwicklung des privaten Verbrauchs bzw. der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben:

Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage ist die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die

²⁰ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

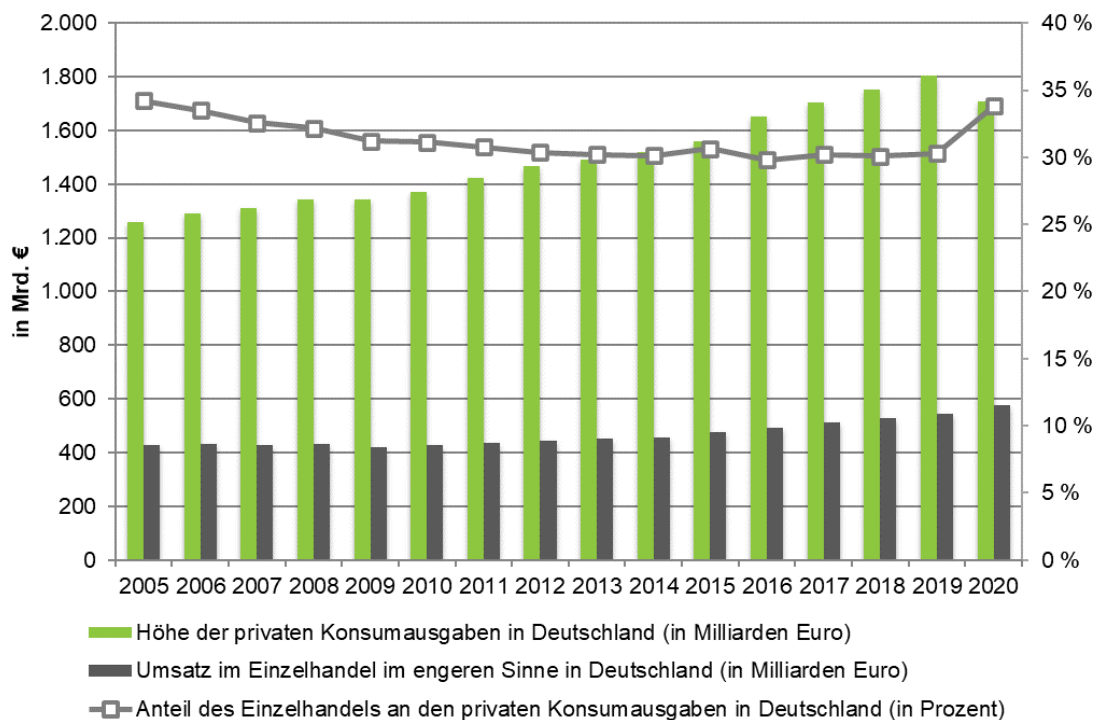
²¹ Vgl. IT.NRW, Landesdatenbank, Stand: 15.02.2022

Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben insgesamt ist grundlegend von zwei Faktoren abhängig:

- Zum einen von privaten Einkommen bzw. dem daraus resultierenden privaten Verbrauch,
- zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabenanteile nach Warengruppen).

Ein zusätzlicher Faktor in diesem Zusammenhang ist der Anteil der Ausgaben, die nicht dem stationären Einzelhandel, sondern dem Onlinehandel zufließen.

Abbildung 6: Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)



Quelle: Darstellung Junker+Krusse, Grundlage: Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland: Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2020 (Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne = Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken); Höhe der Konsumausgaben privater Haushalte in Deutschland von 1991 bis 2020 (in Milliarden Euro). Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 11/2021)

- Die **Konsumausgaben der privaten Haushalte** in Deutschland sind in den letzten 15 Jahren um jährlich ca. zwei Prozent gestiegen, allerdings in Folge der Corona-Pandemie in 2020 erstmalig wieder leicht gesunken.
- Deutlich zugenommen haben die Konsumausgaben u. a. für Wohnen und Energiekosten, während der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten Konsumausgaben seit 2005 um rund drei Prozentpunkte auf einen Anteil von aktuell weniger als einem Drittel (ca. 31 % im Jahr 2019) zurückgegangen ist. In den letzten Jahren ist ein relativ konstantes Niveau hinsichtlich des Anteils der Einzelhandelsausgaben von etwa 30 bis 31 % festzustellen. Im Jahr 2020 ist jedoch eine Zunahme (etwa 34 %) zu konstatieren, was wiederum im

Zusammenhang mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie steht. Für das Jahr 2021 liegt der Anteil bei rund 35 %.

- Einem Rückgang des Anteils der Einzelhandelsausgaben an den privaten Konsumausgaben hat eine in den letzten Jahren erhöhte Umsatzsteigerung im Einzelhandel entgegengewirkt. Während die jährlichen Wachstumsraten des gesamtdeutschen Einzelhandelsumsatzes im Zeitraum von 2005 bis 2015 zwischen -2 und +2 % lagen, kann seit 2015 ein jährliches Wachstum von 2,5 bis 4,5 % festgestellt werden. Dieser Trend hat sich auch für 2020 fortgesetzt (vgl. Kapitel 4).

Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden. Das bedeutet, dass insgesamt nicht mit einer Zunahme der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden realen²² Kaufkraft zu rechnen ist und bezüglich des Umsatzes nur geringe Zunahmen anzunehmen sind.

Jedoch müssen auch spezifische Entwicklungen in den einzelnen Warengruppen bzw. im Onlinehandel berücksichtigt werden, d. h. es muss eine Prognose erfolgen, die Ausgabenanteile in den einzelnen Warengruppen, die dem stationären Einzelhandel oder anderen Vertriebskanälen potenziell zufließen, berücksichtigt.

Entwicklung des E-Commerce

Bei der Ermittlung künftiger Potenziale in Medebach ist vor dem Hintergrund der Entwicklungen im Onlinehandel (s. Kapitel 4) zu berücksichtigen, dass die rechnerischen quantitativen Entwicklungspotenziale, die im Rahmen der Modellrechnung auf dem gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumen basieren, nicht in vollem Umfang vom stationären Einzelhandel abgeschöpft werden. Dieser fällt tendenziell niedriger aus, da ein gewisser Umsatzanteil dem Onlinehandel zufließt, welcher jedoch nicht allein aus „pure-players“ besteht, sondern vor allem auch Multi-Channel-Konzepte umfasst. Das heißt, stationäre Einzelhändler nutzen neben dem Angebot und Verkauf ihrer Waren in einem Geschäft vor Ort auch zunehmend andere – online-basierte – Vertriebskanäle. Also: der stationäre Handel vertreibt online oder ein bisher nur online agierender Händler eröffnet ein stationäres Geschäft. Ziel ist es, durch eine Verbindung unterschiedlicher Kanäle ein breites Kundenspektrum zu erreichen (s. Kapitel 4). Folglich fließen die aus dem stationären Einzelhandel „wegbrechenden Umsätze“ nicht zu 100 % in den „reinen“ Onlinehandel ab. Über eigene Online-Shops oder Online-Marktplätze (wie z. B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt auch dem stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten.

Einerseits stellt der Onlinehandel zwar unbestritten eine zunehmende Konkurrenz für den stationären (insbesondere auch mittelständischen und inhabergeführten) Einzelhandel dar, andererseits kann die mögliche Verschneidung der einzelnen Vertriebswege zugleich jedoch auch eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels sein. Vor allem gilt es in erster Linie, unter Berücksichtigung neuer Möglichkeiten aufgrund der Digitalisierung, die Stärken des stationären Einzelhandels zu profilieren (u. a. persönliche, qualitativ hochwertige Beratung, direkte Prüf- und Verfügbarkeit des nachgefragten Produktes) und durch eine konsequente räumliche

²² Es muss zwischen einer nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft unterschieden werden. Da die nominale Entwicklung die Inflation nicht berücksichtigt, lassen sich aus der Entwicklung keine Rückschlüsse auf zusätzlich absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

Steuerung des einzelhandelsrelevanten Angebots das städtische Zentrum zu erhalten bzw. weiter zu entwickeln.

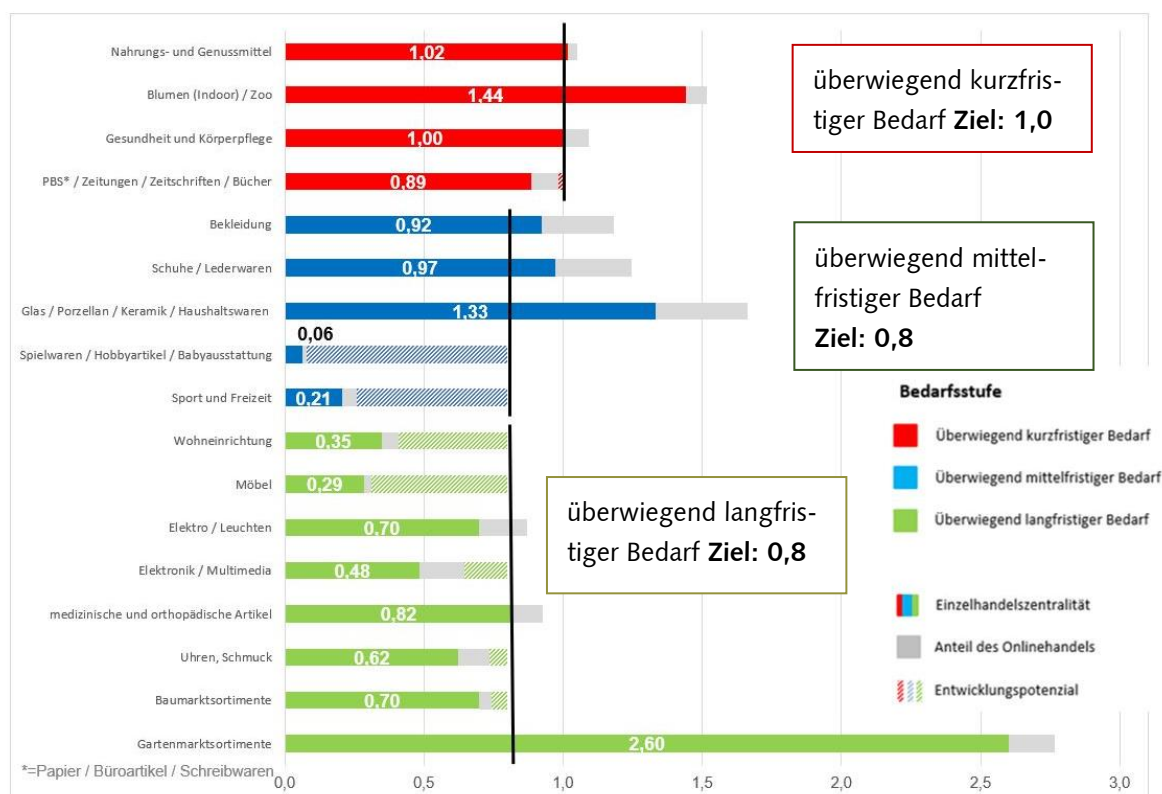
Zielzentralitäten für das Jahr 2040

Die Zielzentralität definiert die angestrebte und realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung in der Region unter Berücksichtigung der raumordnerischen Versorgungsfunktion der Hansestadt Medebach als Grundzentrum sowie der regionalen Wettbewerbssituation.

Unter Berücksichtigung dieser Aspekte lassen sich folgende Zielzentralitäten definieren:

- Im Hinblick auf eine optimale Grundversorgung der Bevölkerung im Bereich der Warengruppen des **überwiegend kurzfristigen Bedarfs** wird eine Zielzentralität von **1,0** angenommen. Dieser Wert wird heute in drei von vier Warengruppen bereits erreicht und in der Warengruppe Blumen (Indoor)/Zoo auch nennenswert überschritten. In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheits- und Körperpflege liegt der Zentralitätswert bei ziemlich genau bei 1. Im Bereich PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher sind aus quantitativer Sicht ein geringer Entwicklungsspielräume erkennbar. In allen bestehen strukturelle Optimierungsmöglichkeiten unter qualitativen Aspekten. Für die bestehenden strukturprägenden Lebensmittelmärkte ergeben sich Anpassungsspielräume im Hinblick auf eine zukunftsfähige Standortsicherung.
- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von **0,8** angenommen, die die grundzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Medebach widerspiegeln. Die angesetzten Werte werden – mit Ausnahme der Warengruppen Spielwaren und Sport und Freizeit – deutlich überschritten. In den genannten beiden Warengruppen deuten die Ausgangswerte auf nennenswerte Entwicklungsspielräume hin. Jedoch muss gerade in diesen Branchen als entwicklungshemmender Faktor der Umsatzanteil, der dem E-Commerce zufließt, berücksichtigt werden.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von **0,8** angenommen, die in den Warengruppen medizinische und orthopädische Artikel und Gartenmarktsortimente bereits erreicht bzw. deutlich überschritten werden. In der Warengruppe Elektronik/Multimedia besteht eine ausgeprägte Konkurrenzsituation zum Onlinehandel, was eine Ausweitung der Zentralität einschränkt. Ein theoretisch relevantes quantitatives Steigerungspotenzial ist vor allem in den Branchen Wohneinrichtungsartikel und Möbel ablesbar, jedoch vor dem Hintergrund der unrealistischen Ansiedlung eines (großflächigen) Möbelmarktes im Grundzentrum zu relativieren. Es bestehen grundsätzlich Arrondierungsmöglichkeiten für überwiegend kleinteilige Ergänzungen.

Abbildung 7: Zielzentralitäten des Einzelhandels in Medebach als rein quantitativer Orientierungsrahmen



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der errechneten Zentralitätskennziffern in Medebach

Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich in der Stadt Medebach aus rein quantitativer Sicht in einigen Branchen absatzwirtschaftlich tragfähige **Verkaufsflächenpotenziale** in einer relevanten Größenordnung, die jedoch alle insbesondere vor dem Hintergrund des hohen Wettbewerbsdrucks im Online-Handel und der zentralörtlichen Funktion zu relativieren sind. Hohe quantitative Zentralitäten bedeuten nicht, dass künftig keine Entwicklung mehr stattfinden kann. Unter Berücksichtigung eindeutiger räumlicher Vorgaben und eines nachvollziehbaren wie widerspruchsfreien Sortiments- und Standortkonzeptes kann eine Entwicklung und Optimierung des einzelhandelsrelevanten Angebotes auch über die ermittelten quantitativen Entwicklungsspielräume hinaus sinnvoll sein. Dies gilt insbesondere dann, wenn diese Entwicklung dem **Ausbau der wohnungsnahe Grundversorgung** sowie der Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt dient.

Bei potenziellen Ansiedlungs-, Erweiterungs- oder Verlagerungsvorhaben kommt es demnach auf folgende Aspekte an:

- Ist der avisierte Standort städtebaulich sinnvoll?
- Wie stellen sich die Größe des Vorhabens und der Betriebstyp im gesamtstädtischen Zusammenhang und im Hinblick auf die zugeordnete Versorgungsaufgabe dar?
- Welche Funktion wird der Einzelhandelsbetrieb übernehmen? Werden bestehende Strukturen ergänzt bzw. gestützt und Synergien zu bestehenden Anbietern ausgenutzt?

Jedoch kann zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies ebenso zu Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten bzw. einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf den Lebensmittelbereich zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. In der Folge kann es zu Funktionsverlusten von Zentren bzw. Nahversorgungsstandorten sowie zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen.

Die oben dargestellte (quantitative) Betrachtung der Zielzentralitäten hat somit lediglich einen „Orientierungscharakter“. Erst die Beurteilung eines konkreten Planvorhabens nach

- Art (Betriebsform und -konzept),
- Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkontext) und
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)

erlaubt die Abschätzung der **absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit und städtebaulichen Verträglichkeit** eines Vorhabens.

Vor allem geht es um die **räumliche Einzelhandelsentwicklung**. So bestehen in der Stadt Medebach nach wie vor Potenziale zur Konzentration insbesondere zentrenprägender Warengruppen innerhalb der Innenstadt. Während Standorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen oder ergänzenden Nahversorgungsstandorten zugeordnet sind grundsätzlich eher kritisch zu beurteilen sind, können Vorhaben an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten zur qualitativen wie räumlichen **Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebots**, insbesondere auch in der Innenstadt, führen.

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept wird eine klare politische und planerische Zielvorstellung fortgeschrieben, die eine räumliche und funktionale Gliederung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung mit einer klaren arbeitsteiligen Struktur ausgewählter Einzelhandelsstandorte auch weiterhin beinhaltet. Dieses Entwicklungskonzept und eine darauf basierende konsequente Anwendung des baurechtlichen und planerischen Instrumentariums ermöglichen auch zukünftig eine zielgerichtete Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Medebach und stellen für die verantwortlichen Akteure aus Einzelhandel, Verwaltung und Politik einen langfristigen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen und eine wichtige Argumentations- und Begründungshilfe für die bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar.

Es ist festzuhalten, dass die **Einordnung potenzieller Neuvorhaben, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext** unabdingbar ist.

8 Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes für Medebach

Die Betrachtung der aktuellen Angebots- und Nachfragesituation (vgl. Kapitel 5 und Kapitel 6) sowie die Überlegungen zu daraus ableitbaren Entwicklungsperspektiven (vgl. Kapitel 7) zeigen, dass sich **Entwicklungsspielräume** nach wie vor für stadtentwicklungspolitisch wünschenswerte Standorte **im Sinne einer räumlichen und qualitativen Verbesserung der Angebotssituation** ergeben.

Weiterhin sind Entwicklungsabsichten sowie unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen zentrenrelevanter Sortimente an Angebotsstandorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO oder ergänzenden (städtebaulich wünschenswerten) Sonder- bzw. Ergänzungsstandorten zugeordnet sind, kritisch zu bewerten.

Die vorangegangenen Analysen stellen die Basis für die im Folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf die Medebacher Innenstadt zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten bzw. zu stärken sowie ergänzende Einzelhandelsstandorte zentrenverträglich (weiter)zuentwickeln. Das Einzelhandelskonzept für die Hansestadt umfasst im Wesentlichen die nachfolgend aufgelisteten konzeptionellen Bausteine:

- Ziele der Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kapitel 8.1)
- Räumliches Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 8.2)
- Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs (vgl. Kapitel 9.1)
- Identifikation und Definition solitärer Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 9.2)
- Medebacher Sortimentsliste (vgl. Kapitel 10)
- Steuerungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kapitel 11)

8.1 Ziele zur Einzelhandelsentwicklung

Basierend auf der einzelhandelsspezifischen Situation in Medebach und den daraus resultierenden Bewertungen werden übergeordnete Steuerungs- und Handlungsleitlinien zur Einzelhandelsentwicklung definiert.

Konkret wird folgender Zielkatalog der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Medebach zugrunde gelegt:²³

²³ Es sei an dieser Stelle explizit darauf hingewiesen, dass es in diesem Zusammenhang nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf bestimmte Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

Sicherung und – wo erforderlich – Ausbau der landesplanerischen Versorgungsfunktion

Ein bedeutendes stadtentwicklungsrelevantes Ziel für die Stadt Medebach ist die Erfüllung ihrer raumordnerisch zugewiesenen Funktion als Grundzentrum. Diese wird, rein quantitativ und ohne jede (allerdings zwingend erforderliche) räumliche Differenzierung betrachtet, derzeit in nahezu allen für ein Grundzentrum relevanten Warengruppen erfüllt.

Weitere aktuelle und vergangene Ansiedlungen und Anfragen, Erweiterungen und Umstrukturierungen – insbesondere auch von Betrieben mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Angeboten – offenbaren ein anhaltendes Investitionsinteresse am Standort Medebach. Diesbezüglich würde eine Entwicklung von Standorten außerhalb der städtebaulich dafür vorgesehenen Versorgungsstandorte eine Angebotsverschiebung auch in städtebaulich nicht integrierte Lagen bedeuten. Dies hat die Stadt Medebach in der Vergangenheit nicht zugelassen und sollte an dieser Leitlinie festhalten.

Sicherung eines attraktiven und wettbewerbsfähigen Einzelhandelsangebotes sowie der gesamtstädtischen Versorgungsstruktur

Die **Attraktivität** eines Einkaufsstandorts bestimmt sich durch die *Quantität* des Einzelhandelsangebotes (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche), seine strukturelle Zusammensetzung (Vielfalt der Warengruppen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen) sowie die *Qualität* des vorhandenen Angebots. Nur durch ein Miteinander dieser Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Medebach auch zukünftig attraktiv zu gestalten und längerfristig zu sichern. Ein Ziel bleibt es daher, ein im oben genannten Sinne vielfältiges und gut strukturiertes Angebot zu erlangen, das der Versorgungsfunktion der Stadt Medebach insbesondere für die eigene Bevölkerung gerecht wird.

Von grundlegender Relevanz ist in diesem Zusammenhang die Formulierung klarer **räumlich-struktureller Prioritäten**.

Sicherung und Stärkung einer räumlich-funktional gegliederten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte

Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive gesamtstädtische Einzelhandelssituation der Stadt Medebach ist eine ausgewogene, räumlich und funktional gegliederte Versorgungsstruktur. Eine funktionale Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten ist unabdingbar, um Doppelungen im Einzelhandelsangebot sowie Überschneidungen von Einzugsgebieten mit potenziell negativen Folgewirkungen zu vermeiden. Eine bedeutende Rolle spielt hier insbesondere die auszubauende räumliche Konzentration von zentrenrelevanten Einzelhandelsangeboten auf den zentralen Versorgungsbereich der Medebacher Innenstadt sowie grundversorgungsrelevanten Sortimenten auf die ergänzenden Nahversorgungsstandorten und Standorte mit stadtweiter Versorgungsbedeutung.

Im Gegensatz dazu kann eine hierarchisch und funktional nicht gegliederte Öffnung neuer oder eine Stärkung vorhandener (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen zu einer Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur führen und einen ruinösen Wettbewerb schüren.

Für eine langfristig zielorientierte und erfolgreiche Siedlungsentwicklung ist daher eine klare, räumlich-funktionale Gliederung der städtischen Einzelhandelsstandorte unerlässlich. Eine Funktionsteilung zwischen dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und den Nahversorgungsstandorten bzw. Standorten mit gesamtstädtischer Versorgungsbedeutung auf der einen sowie ergänzenden Solitärstandorten und ggf. einem zu definierenden Sonderstandort des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels auf der anderen Seite ist dabei unabdingbar, sodass eine wechselseitige Ergänzung der Angebote angestrebt werden kann.

Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt der Medebacher Innenstadt

Die europäische Stadttradition weist insbesondere den Innenstädten eine herausgehobene Funktion zu. Die Medebacher Innenstadt stellt den historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb der Stadt dar, der sich vor allem durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung, Wohnen etc.) auszeichnet. Quantitativ wird die Medebacher Innenstadt dieser Funktion gerecht. Diese Vielfalt ist prägend für die Attraktivität einer Innenstadt und sollte in Medebach erhalten werden. Die Konzentration städtebaulicher und infrastruktureller Investitionen in der Innenstadt zeigt den Stellenwert, den die Stadt dem Ziel der Entwicklung und Qualifizierung der Innenstadt bereits in der Vergangenheit beigemessen hat.

Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von klein- wie großflächigen Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf die Medebacher Innenstadt gerichtet werden. Dieser Standort genießt oberste Priorität innerhalb Medebachs. Für den Einzelhandelsstandort Innenstadt ist eine weitere Qualifizierung des Angebots, beispielsweise durch Ergänzungen der Sortimentsstrukturen und der Betriebsformen bzw. -größenstrukturen, anzustreben.

Sicherung und Stärkung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im Stadtgebiet durch ein Netz funktionsfähiger Nahversorgungsstandorte

Es soll eine wohnungsnah (und somit auch fußläufige) und möglichst flächendeckende Versorgung ermöglicht werden. Ein über verschiedene Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandelskonzepts. Häufig bilden Lebensmittelanbieter eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung), wie auch im Fall der Hansestadt. Es muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Medebacher Stadtgebiet **zu erhalten**. Ein primäres Ziel sollte es sein, **die vorhandenen Nahversorgungsstandorte bzw. Standorte mit gesamtstädtischer Versorgungsbedeutung**, was auf beide in Medebach vorhandene Anbieter außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs zutrifft²⁴, **zu erhalten und (soweit es geht) qualitativ zu verbessern und zu stärken**.

Zentrenverträgliche Weiterentwicklung von ergänzenden Einzelhandelsstandorten für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit z. T. regionaler Ausstrahlungskraft

Bei Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Betriebe an allen Standorten außerhalb der Innenstadt ist jeweils die Verträglichkeit und Kompatibilität des Vorhabens mit den formulierten gesamtstädtischen Zielen und Empfehlungen zu überprüfen. An geeigneten städtebaulich nicht integrierten Standorten im Stadtgebiet sind Angebotsausweitungen in nicht zentrenrelevanten Sortimenten nach einer solchen positiven Einzelfallprüfung prinzipiell möglich, Neuansiedlungen oder Erweiterungen von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) sind an nicht integrierten Standorten jedoch in der Regel auszuschließen.

Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen bzw. abgesicherten Gewerbegebiete sind der eigentlichen Zielgruppe, nämlich Handwerk und produzierendem Gewerbe, zuzuführen. Da diese Betriebe oftmals nicht in der Lage sind mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden zu konkurrieren, ist insbesondere in den Gewerbe- und Industriegebieten der komplette Ausschluss von Einzelhandel (mit Ausnahme des Handwerkerprivilegs) eine mögliche Entwicklungsoption.

Vermeidung „neuer“ Einzelhandelsstandorte und Verhinderung konterkariender Planungen

Die räumliche Bündelung von Einzelhandelsbetrieben an städtebaulich und siedlungsstrukturell sinnvollen Standorten ist gemäß des stadtentwicklungspolitischen Leitbildes einer „Stadt der kurzen Wege“ anzustreben. Insbesondere eine kompakte Innenstadt mit kurzen Wegen ist hierbei eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger urbaner Räume. Darüber hinaus dient auch ein möglichst flächendeckendes Netz an funktional gegliederten Versorgungsstandorten einer bevölkerungsnahen Versorgung sowie einer Reduzierung der notwendigen Verkehrswege. Vor diesem Hintergrund ist es das Ziel der Stadtentwicklung, keine zusätzlichen Handelsstandorte – an städtebaulich wie stadtentwicklungspolitisch ungewünschten Standorten – zu schaffen.

²⁴ Standorte der Lebensmitteldiscounter Aldi und Netto

Mit Hilfe einer weiterhin konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollten jene Planungen, die den Entwicklungsspielräumen und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Medebach entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

8.2 Räumliches Standortstrukturmodell

Auf Basis der in der Nachfrage- und Angebotsanalyse gewonnenen Erkenntnisse, dem räumlichen Entwicklungsleitbild für die Hansestadt Medebach sowie unter Berücksichtigung der übergeordneten Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung werden die räumlichen Angebotschwerpunkte im Medebacher Stadtgebiet unter **städtebaulichen** und **funktionalen Gesichtspunkten** in ein arbeitsteiliges Standortstrukturmodell eingeordnet.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einstufung eines Angebotsstandortes in das **weiterentwickelte Standortstrukturmodell** haben das derzeitige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestalt des Standortes. Hierbei fließen neben dem Verkaufsflächenbestand und der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe insbesondere auch die städtebauliche Struktur und Gestaltung als Kriterien in die Beurteilung mit ein. Ein weiterer wesentlicher Gesichtspunkt ist die städtebauliche und stadtentwicklungsrelevante Zielvorstellung, die mit dem jeweiligen Standort verbunden sein soll.

Aktuell sind folgende Standortkategorien im Stadtgebiet vorzufinden:

Abbildung 8: Standortstrukturmodell für die Stadt Medebach



Quelle: eigene Darstellung

Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Dieser Zentrentyp soll vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet sein:

- gesamtstädtische und regionale Versorgungsbedeutung,

- möglichst vollständiges Einzelhandelsangebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich – mit Wettbewerbssituationen,
- vielfältiger Größen- und Betriebsformenmix, hoher Anteil an kleinteiligem Facheinzelhandel,
- breit gefächertes und umfangreiches, in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelsnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Dienstleistungen

Die **Medebacher Innenstadt** wird als **zentraler Versorgungsbereich** mit örtlicher und z. T. überörtlicher Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die Voraussetzungen, um sich gemäß der durch die Rechtsprechung²⁵ entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren.

(Solitäre) (Nah)versorgungsstandorte

Als solitäre Nahversorgungsstandorte qualifizieren sich jene Standorte in städtebaulich integrierter Lage, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist und die in funktionaler und städtebaulicher Hinsicht nicht die Kriterien eines Zentrums erfüllen. Sie dienen der ergänzenden (auch) fußläufigen Nahversorgung der Medebacher Bevölkerung, die nicht allein durch den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt geleistet werden kann. Grundsätzlich stellen die solitären Nahversorgungsstandorte ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar. Sie sind bei der Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung i. S. v. § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Neuansiedlungen und Verlagerungen dürfen sich nicht städtebaulich negativ (i. S. einer Funktionsgefährdung und einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes) auf die wohnungsnahе Versorgung der Bevölkerung auswirken.

In Medebach gibt es derzeit zwei Angebotsstandorte, die als solitäre Nahversorgungsstandorte bzw. Standorte mit herausragender gesamtstädtischer Versorgungsbedeutung zu definieren sind:

- Hallenberger Straße (derzeit: Netto)
- Vor dem Hintergrund der Siedlungsstruktur Medebachs mit einer Konzentration des Einzelhandels auf die kompakte Kernstadt sowie der ergänzenden Funktion zu dem Vollsortiment in der Innenstadt kann auch dem **Aldi-Standort**, der sich seit 2016 am Standort Vopeliusstraße befindet, eine **herausragende gesamtstädtische Versorgungsbedeutung** und eine **Bedeutung als Nahversorgungsstandort für nordwestlich anschließende Siedlungsbeereichs beigemessen werden**

²⁵ „Zentrale Versorgungsbereiche‘ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Ein ‚Versorgungsbereich‘ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde – gegebenenfalls auch nur eines Teils des Gemeindegebiets – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...]. Das Adjektiv zentral ist nicht etwa rein geografisch [...] zu verstehen, [...] es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung. [...]. Dem Bereich muss [...] die Funktion eines Zentrums für die Versorgung zukommen. [...]. Hiervon ausgehend können als ‚zentrale Versorgungsbereiche‘ angesehen werden: Innenstadtzentren [...] Nebenzentren [...] Grund- und Nahversorgungszentren [...]“ (Quelle: OVG NRW, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05). vgl. hierzu Kapitel 9.

Sonderstandorte

Diese Angebotsstandorte sind vor allem gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

- Mindestens teilstädtische(s) und teilweise auch überörtliche(s) Einzugsgebiet/Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen, regelmäßig hoher Verkaufsflächenanteil nicht zentrenrelevanten Einzelhandels, zudem auch Sortimente der Grundversorgung (zumeist in Form von Lebensmittelmärkten) vorhanden,
- autokundenorientierte Standorte in peripherer Lage,
- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- i. d. R. kein oder nur rudimentäres Dienstleistungsangebot.

Einen solchen agglomerierten Angebotsstandort mit seinen beschriebenen Merkmalen gibt es derzeit im Medebacher Stadtgebiet nicht. Eine ergänzende Funktion nehmen jedoch die großflächigen Märkte (Bau-, Garten und Möbelmarkt) in Solitärlagen mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel ein. Darüber hinaus kann es sinnvoll sein, bei entsprechenden Ansiedlungsanfragen, die für ein Grundzentrum der Größe Medebachs jedoch sehr unwahrscheinlich sind, einen solchen Sonderstandort zu definieren (vgl. hierzu auch Kapitel 11.3).

Trotz der meist weitreichenden Einzugsgebiete und ihrer Versorgungsfunktion können solche Sonderstandorte aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Lage sowie städtebaulichen, gestalterischen und funktionalen Struktur nicht als schützenswerte zentrale Versorgungsbereiche i.S.v. § 34 (3) oder auch § 2 (2) bzw. 9 (2a) BauGB eingestuft werden.

9 Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Medebach

9.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereiches unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellt deshalb ein Pflichtelement des Einzelhandelskonzeptes für Medebach dar. Dem Begriffspaar „zentraler Versorgungsbereich“ kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, nimmt es doch durch die Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) in den Jahren 2004, 2007 sowie 2011 (und hier insbesondere die neugefassten §§ 2 (2), 34 (3) und 9 (2a) BauGB) im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung als schützenswerter Bereich ein.

Begriffsdefinition

Unter *Zentralen Versorgungsbereichen* sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde oder Stadt zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.²⁶ Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Innenstadt und Nebenzentren). Auch *Grund- und Nahversorgungszentren* können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs und gegebenenfalls auch teilweise mit Waren des mittelfristigen Bedarfs versorgen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereiches und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereiches – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.²⁷

Ergänzungsstandort und Sonderstandorte (wie z. B. Fachmarktzentren) und solitäre Nahversorgungsstandorte gehören demnach nicht zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne der Gesetzgebung, auch wenn sie eine beachtliche Versorgungsfunktion für ihr Umfeld erfüllen können.

²⁶ vgl. u. a. BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07

²⁷ vgl. u. a. OVG NRW, Urteil vom 19.06.2008 – 7 A 1392/07, bestätigt durch das Bundesverwaltungsgericht im Urteil vom 17.12.2009 – BVerwG Az. 4 C 2.08

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur²⁸ – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und/oder städtebaulichen Konzeptionen (wie z. B. dem Einzelhandelskonzept) oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium! Es muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansiedlungs- oder auch -erweiterungsvorhabens im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein!²⁹

Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

Mittlerweile ist auch weitgehend die Frage geklärt, welche Kriterien an die (räumliche) Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche anzulegen sind. Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereiches unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Medebach dient als **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung/Entwicklung der Medebacher Innenstadt sowie die Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Versorgungsstrukturen. In diesem Zusammenhang sei nochmals darauf hingewiesen, dass im Sinne der aktuellen Rechtsgrundlage (u. a. i. S. v. § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB und § 34 (3) BauGB) sogenannte zentrale Versorgungsbereiche als schützenswerte Bereiche einzustufen sind.

Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes für Medebach ist als **zentraler Versorgungsbereich** jener Bereich im Stadtgebiet zu verstehen, der eine funktionale Einheit mit einem breiten Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bildet, also in erster Linie die Medebacher Innenstadt.

Wichtige Abgrenzungskriterien eines zentralen Versorgungsbereiches ist der Besitz der Erdgeschosszonen mit Geschäftsnutzungen, die fußläufige Erreichbarkeit und funktionale Verknüpfungskriterien, die z. B. auch anhand von Passantenströmen festgehalten werden können. Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Es wird somit deutlich, dass neben **funktionalen** Aspekten auch **städtebauliche** Kriterien zur **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches** heranzuziehen sind.

Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte im Erdgeschoss

²⁸ vgl. u. a. Olaf Reidt, Die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben – die rechtliche Bedeutung des neuen § 34 Abs. 3 BauGB. In: UPR 7/2005, Seite 241ff sowie Kuschnerus, Ulrich; Der standortgerechte Einzelhandel; Bonn, 2007

²⁹ Bei einer Beurteilung eines Vorhabens nach § 34 (3) BauGB sind jedoch gemäß der Rechtsprechung nur Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen

- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger)
- Multifunktionalität der Nutzungen

Städtebauliche Kriterien

- städtebaulich integrierte Lage (wohnsiedlungsräumlich integrierte Lage)
- Baustruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsinfrastruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raums
- Ladengestaltung und -präsentation

Bei der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches sind auch künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) berücksichtigt worden. Hierbei handelt es sich um **perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen**, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zu bestehenden Einzelhandelslagen des zentralen Versorgungsbereiches stehen und diesen – im Falle einer Ansiedlung bzw. Bebauung – sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung bzw. Nutzung auf dieser Fläche ist nicht als Ausschlusskriterium zu werten. Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der relevanten Kriterien durchzuführen.

Der Vorteil dieser einheitlich zugrunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise, aber auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

Die Abgrenzungen wurden auf Basis der vorgestellten Kriterien und mit Kenntnis der zum Zeitpunkt der Bearbeitung erkennbaren Grundstückszuschnitte vorgenommen. Sie dienen als klare räumliche Bezugsrahmen für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen („Entwicklungsbereiche“). Ausnahmsweise sind Modifikationen dieser Abgrenzungen dann möglich und städtebaulich sinnvoll, wenn sie – unter Einbeziehung der Ziele und Ansiedlungsregeln dieses Einzelhandelskonzepts – folgende Kriterien beachten:

- Die Erweiterungsfläche dient der Stärkung der bestehenden Strukturen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs.
- Sie muss unmittelbar an die bisherige Abgrenzung angrenzen.
- Die geplante Nutzung auf der Erweiterungsfläche hat ihre funktionale Ausrichtung (Eingangssituation) eindeutig zur Erschließungsachse des zentralen Versorgungsbereichs; (Vermeidung einer „zweiten Reihe“ oder Erschließung von „hinten“).

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches einerseits sowie andererseits auch der ergänzenden Versorgungsstandorte insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. Medebacher Sortimentsliste; siehe Kapitel 10) unabdingbar.

Empfehlungen zur zukünftigen Entwicklung und die Bewertung aktueller Planungen werden vor dem Hintergrund der in Kapitel 8.1 konkretisierten Ziele der Einzelhandelsentwicklung vorgenommen.

Auf Grundlage der Analyse (vgl. dazu Kapitel 6) wurde die bisherige Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt (i.S. der §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO) überprüft und in Teilen modifiziert (siehe dazu Karte 15).

Die folgende Karte stellt die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt unter Berücksichtigung des Einzelhandelsbestandes und der zuvor aufgeführten Abgrenzungskriterien dar.

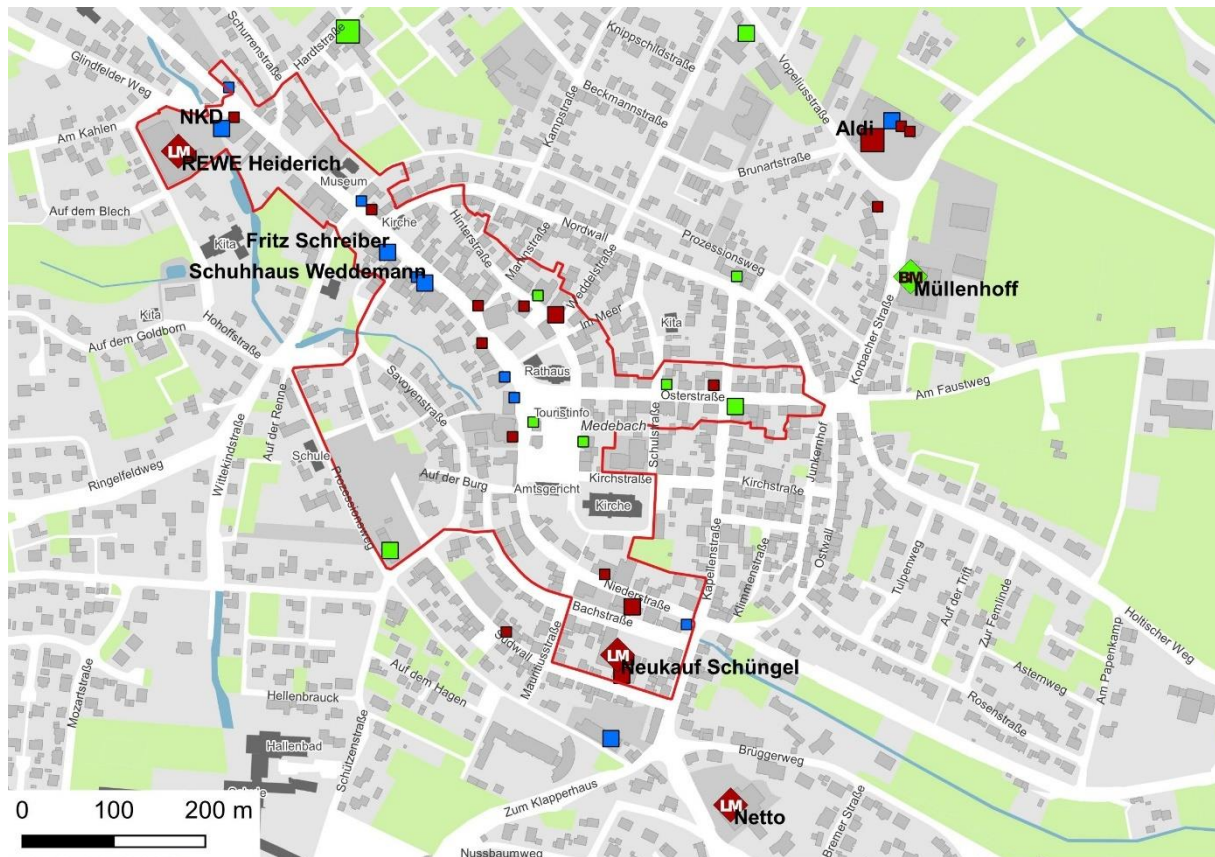
Ausgehend vom im Nordwesten gelegenen Versorgungsstandort mit den großformatigen Anbietern Rewe und NKD, schließt der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt die durch den dichtesten Einzelhandelsbesatz gekennzeichnete **Oberstraße bis zum städtebaulichen Mittelpunkt des Marktplatzes** ein. Dieser spielt aufgrund der ihn umgebenden Nutzungen eine zentrale Rolle für die Innenstadt (Sitz des Rathauses, des Amtsgerichts, der Tourist-Information und Gastronomie). Nicht zuletzt ist er ein zentraler Ort für Veranstaltungen und den kleinen Wochenmarkt. Die Oberstraße ist der Standort mit einigen inhabergeführten Fachgeschäften insbesondere in den Warengruppen Bekleidung und Schuhe.

Die nordöstlich des Marktplatzes verlaufende **Österstraße** ist bis zum Ostwall in die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs integriert. Hier finden sich vereinzelt Anbieter und die Straße weist einen funktionalen Zusammenhang zum Marktplatz auf.

Die südlich des Marktes verlaufenden **Nieder- und Bachstraße** weisen in den Abschnitten jeweils kleinteiligen Besatz mit geringer Dichte auf. Der Einzelhandel hat hier eine untergeordnete Bedeutung. Als frequenzerzeugende, weitere Einrichtung ist trotz seiner nicht mehr modernen Erscheinungsform der in der Bachstraße ansässige Vollsortimenter Neukauf und ein Getränkemarkt. Für den hinsichtlich der Verkaufsfläche und der Stellplatzsituation in die Jahre gekommenen Standort bestehen seitens des Eigentümers und Betreibers Veränderungsabsichten im Hinblick auf eine Neuordnung und Standortsicherung inkl. Verkaufsflächenausweitung. Auf der Fläche des jetzigen Marktes gibt es einen Bebauungsplan aus dem Jahr 1993, der die Fläche als Sondergebiet „Handel“ ausweist; zulässig sind demnach 1.200 m² Lebensmittelverkaufsfläche. **Sollte der Lebensmittelmarkt an der Bachstraße nicht weitergeführt werden können**, besteht alternativ die Möglichkeit auf der Fläche **Falke-Brache**, die EDEKA gekauft hat, im Zusammenhang mit dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt einen großflächigen Vollsortimenter anzusiedeln.

Das ca. 1 ha große Areal der Falke-Brache befindet sich in integrierter Lage in unmittelbarer Nähe zum historischen Zentrum. Die Oberstraße und auch das übrige innerstädtische Angebot sind fußläufig in kurzer Distanz erreichbar. Die Fläche ist Bestandteil des zentralen Versorgungsbereichs. Als gutachterliche Empfehlung kann für die Brache festgehalten werden, dass sie ausschließlich zur Ansiedlung **eines großflächigen Lebensmittelmarktes** genutzt werden sollte. Von der Ansiedlung **großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Warengruppen** ist an diesem Standort **mit Blick auf die kleinteilige Angebotsstruktur insbesondere in der Oberstraße abzusehen**.

Karte 7: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

**Abgrenzung**

Zentraler Versorgungsbereich

Großflächiger Einzelhandel

■ BM Baumsortimente

■ LM Nahrungs- und Genussmittel

Bedarfsstufen

■ kurzfristige Bedarfsstufe

■ mittelfristige Bedarfsstufe

■ langfristige Bedarfsstufe

kleiner 100 qm Gesamtverkaufsfläche

100 bis 399 qm Gesamtverkaufsfläche

400 bis 800 qm Gesamtverkaufsfläche

Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Geobasis NRW, Datenlizenz Deutschland – Zero (<https://www.govdata.de/dl-de/zero-2-0>), eigene Erhebung Feb./Juni 2021

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Mit der vorgenommenen **Abgrenzung** des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt liegt aus gutachterlicher Sicht eine adäquate Dimensionierung, auch im Sinne einer potenziellen Angebotsausweitung, vor. Mit Blick auf die **weitere Entwicklung** und Wahrung der städtebaulichen Stabilität der Innenstadt ist es prinzipiell auch zukünftig ratsam sie „von Innen nach Außen“ zu entwickeln und die einzelhandelsrelevante Entwicklung auf die bestehenden Lagen zu konzentrieren, um einen funktionalen Bezug einzelner Lagen mit dem eigentlichen Kern der Innenstadt zu gewährleisten. Dabei spielt ein funktionsfähiges städtebaulich kompaktes Grundgerüst mit starken Eckpunkten und Eingangsbereichen eine entscheidende Rolle.

Oberstes Ziel bleibt die Sicherung und **langfristige Stärkung** der innerstädtischen Versorgungsfunktion durch vorrangige Lenkung des zentrenrelevanten, insbesondere des großflächigen

Einzelhandels in den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich. Vor diesem Hintergrund können folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert werden:

- **Erhalt**, Ausbau und **nachhaltige Sicherung** einer attraktiven Versorgungsstruktur und -qualität in der Medebacher Innenstadt mit Fokus auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt.
- **Ausweitung des Angebotsspektrums** und **Attraktivitätssteigerung** der Innenstadt, insbesondere durch zielgerichtete, branchenspezifische (auch qualitative) Weiterentwicklungen mit Schwerpunkt in zentrenrelevanten Sortimenten.
- **Profilierung und Positionierung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt gegenüber Wettbewerbsstandorten** durch qualitative und funktionale Verbesserungen des Angebots in zentrenprägenden Leitbranchen und Ergänzung des Angebotsspektrums um weitere attraktive Anbieter (insbesondere des standardisierten bis höherwertigen Sortiments) sowie adäquater Betriebsgrößen für moderne Fachgeschäfte.
- Sicherung und **Ausbau** der attraktiven und multifunktionalen Angebotsmischung auch mit ergänzenden Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie öffentlichen und kulturellen Einrichtungen.
- **Sicherung der Grundversorgung** für die in der Innenstadt sowie im näheren Umfeld lebende Bevölkerung durch Erhalt bzw. Schaffung nahversorgungsrelevanter Angebote in der Innenstadt (Neukauf Schlügel plant derzeit eine Neuordnung seines Bestandsstandortes und eine Verkaufsflächenerweiterung zur Standortsicherung).
- Weitere Steigerung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Innenstadt, beispielsweise durch Sicherung der kompakten und vernetzten städtebaulichen Grundstruktur, attraktive Angebotsformen an neuralgischen Punkten der Innenstadt sowie ggf. weitere gestalterische Verbesserungen auch in Kombination mit gastronomischen Nutzungen.
- **Digitalisierung als Chance für den Einzelhandel nutzen.** Der Einzelhandel ist seit jeher durch einen stetigen Wandel gekennzeichnet. Prägend sind derzeit markante Veränderungen aufgrund der deutlichen Zunahme des Onlinehandels. Dabei gerät der stationäre Einzelhandel zunehmend unter Druck. Vor diesem Hintergrund ist die digitale Transformation zu forcieren. Sind die technischen Rahmenbedingungen geschaffen, ist die Nutzung von Internetauftritten sowie virtuellen Marktplätzen ein möglicher Ansatz zur Stärkung und Sicherung der Innenstadt als Einzelhandelsstandort. Darüber hinaus ist vor allem auch ein aktives Engagement von Handel, Immobilieneigentümern, übrigen Nutzern in der Innenstadt (Gastronomie, Dienstleistungen, u. a.), Verwaltung und Politik für eine klare strategische Positionierung und ein zielgerichtetes Management pro Innenstadt unabdingbar.
- **Verbesserung der Außendarstellung des Einzelhandels**, denn diese ist das erste sichtbare Zeichen eines Geschäftes für den potenziellen Kunden. Wichtige Themenfelder zur Verbesserung der Außendarstellung des Einzelhandels sind Fassadengestaltung, Werbeanlagen, Sondernutzungen im Straßenraum sowie Schaufenstergestaltung. Auf der Suche nach Lösungen bieten sich verschiedene Modelle an. Zur Verbesserung der Schaufenstergestaltung können beispielsweise Informationsveranstaltungen mit Experten für die Händlerschaft durchgeführt sowie Gestaltungswettbewerbe angeregt werden.
- **Aufwertungen der Fassaden** sind nur in Zusammenarbeit mit den Immobilienbesitzern

möglich. Anreizförderungen schaffen hier häufig gute Voraussetzungen für die Eigeninitiative. Insgesamt soll so durch die Stärkung und Aufwertung das Erscheinungsbild verbessert und ein Imagegewinn für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Medebach erwirkt werden.

9.2 Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung und stadtweit bedeutende Versorgungsstandorte

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, engmaschigen Nahversorgung im Medebacher Stadtgebiet ist ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel der Stadt Medebach und rechtfertigt die räumliche Lenkung entsprechender Investitionen an die städtebaulich dafür geeigneten Standorte. Eine funktionierende Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitschriften) und ergänzende Dienstleistungen (z. B. Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnortnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst viele Einwohner möglich und zumutbar ist.

Da eine solche flächendeckende, wohnungsnahe Grundversorgung innerhalb der Stadt Medebach nicht ausschließlich über den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sichergestellt werden kann, decken die **städtebaulich integriert gelegenen solitären Nahversorgungsstandorte** räumliche Versorgungslücken ab. Solitäre Nahversorgungsstandorte dienen heute (und perspektivisch) der ergänzenden wohnungsnahe Grundversorgung. Deshalb besitzt die Zielsetzung, eine möglichst flächendeckende, wohnortnahe Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet durch funktionsfähige **ergänzende Nahversorgungsstandorte** zu sichern, ebenfalls hohe Priorität.

Siedlungsräumlich integrierte Nahversorgungsstandorte sind städtebaulich schutzwürdig, weil sie neben den zentralen Versorgungsbereichen einen wichtigen Baustein zur Sicherstellung der wohnungsnahe Grundversorgung der Bevölkerung darstellen. Sie sind daher bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig, ob innerhalb oder außerhalb der Stadt Medebach – bei einer städtebaulichen Verträglichkeitsprüfung u. a. im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Anders als zentrale Versorgungsbereiche werden sie jedoch nicht räumlich abgegrenzt. Die Schutzwürdigkeit eines solitären Nahversorgungsstandortes bezieht sich dabei immer auf seine ausgeübte Funktion als Nahversorger. Dieser Schutzstatus stellt ausdrücklich keinen Wettbewerbsschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar (keine wettbewerbliche Schutzfunktion). Die Schutzwürdigkeit entfällt zum Beispiel, wenn der Bestandsbetrieb am jeweiligen solitären Nahversorgungsstandort dasselbe Einzugsgebiet bedient wie das zu prüfende Vorhaben, das sich ebenfalls in städtebaulich integrierter Lage befindet. Sonstige (solitäre) Standorte strukturprägender Lebensmittelanbieter in städtebaulich nicht integrierter Lage erhalten diesen städtebaulichen Schutzcharakter nicht, da sie aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Randlage nicht primär der verbrauchernahen fußläufigen Versorgung dienen.

Zum Erhebungszeitpunkt kann in Medebach nur ein solitärer Nahversorgungsstandort in städtebaulich integrierter Lage sowie ein Solitärstandort mit bedeutender stadtweiter Versorgungs- und Nahversorgungsfunktion (ab 400 m² Verkaufsfläche) im Stadtgebiet definiert werden:

- **Nahversorgungsstandort:** Hallenberger Straße (derzeit: Netto)
- **Standort mit bedeutender stadtweiter Versorgungsfunktion und Nahversorgungsfunktion:** Der Standort des Aldi-Marktes, in siedlungsräumlicher Randlage, ist eindeutig

funktional Wohngebieten zugeordnet, wenn auch nicht gänzlich umschlossen. Neben einer Nahversorgungsrelevanz insbesondere für die sich im Nordwesten anschließenden Wohnbereiche erfüllt der Standort eine wichtige gesamtstädtische Versorgungsfunktion. Er liegt innerhalb eines im Regionalplans zeichnerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB). Er verfügt mit der Haltestelle Korbacher Straße über einen ÖPNV-Haltepunkt in unmittelbarer Nähe.

- Vor dem Hintergrund der Siedlungsstruktur Medebachs mit einer Konzentration des Einzelhandels auf die kompakte Kernstadt sowie der ergänzenden Funktion zu dem Vollsortiment in der Innenstadt kann auch dem **Aldi-Standort**, der sich seit 2016 am Standort Vopeliusstraße befindet und bereits seit Jahrzehnten in Medebach, eine **herausragende gesamtstädtische Versorgungsbedeutung** und eine **Bedeutung als Nahversorgungsstandort für nordwestlich anschließende Siedlungsbereichs** zugeschrieben werden.

Entwicklungsempfehlungen für integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung und stadtweit bedeutende Versorgungsstandorte

Für den zukünftigen Umgang mit den zuvor beschriebenen Bestandsstandorten können aus gutachterlicher Sicht folgende Empfehlungen gegeben werden:

- Eine **Sicherung** der oben genannten unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten positiv zu wertenden **(Nah)versorgungsstandorte** ist grundsätzlich zu empfehlen. Das bedeutet, eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung dieser Nahversorgungsbetriebe – insbesondere als wettbewerbsmäßige Anpassung des Bestandes an aktuelle Erfordernisse – positiv begleitet werden kann, sofern das jeweilige Vorhaben keine schädlichen bzw. städtebaulich negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich mit sich bringt (s. u.).
- Vor diesem Hintergrund ist es aus konzeptioneller Sicht empfehlenswert auch dem seit Jahren am Standort agierenden Aldi, der sich eher in Randlage befindet, eine Entwicklungsperspektive zu eröffnen³⁰. Diese Erweiterungsoption ist nur mit Blick auf den Schutzstatus des zentralen Versorgungsbereichs zu gewähren.
- **Eine Entwicklung neuer, integrierter Nahversorgungsstandorte** ist zum jetzigen Zeitpunkt für die Stadt Medebach auch vor dem Hintergrund einer Neuausrichtung des Vollsortimenters Edeka (Neukauf) im zentralen Versorgungsbereich **nicht erforderlich**. Es besteht auch unter räumlichen Gesichtspunkten (Schließung etwaiger Versorgungslücken) keine Notwendigkeit dazu.

Als wesentliche Bedingung für die Erweiterung bestehender Anbieter ist der Nachweis keiner negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt oder die wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen im übrigen Stadtgebiet ausgehen. Dazu muss das jeweilige Vorhaben folgende **Kriterien** erfüllen:

- nahversorgungsrelevantes Kernsortiment,
- städtebauliche Integration (in Wohnsiedlungsbereiche), d. h.
 - auch fußläufig erreichbar
 - möglichst keine oder eine nur geringe Überschneidung mit den fußläufigen Einzugsbereichen entsprechender Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen (räumliche

³⁰ Der Anbieter plant derzeit eine Verkaufsflächenerweiterung.

Versorgungslücken im Stadtgebiet abdecken),

- eine am Nachfragevolumen **der gesamten Medebacher Bevölkerung** orientierten, maßvoll dimensionierte Größenordnung

Neuansiedlungen von Drogeriemärkten sind angesichts der üblichen Flächengrößen von (teilweise deutlich) mehr als 500 m² und den entsprechend großen Einzugsbereichen **nur im räumlichen Kontext des zentralen Versorgungsbereichs** sinnvoll. Weitere Standorte außerhalb des definierten Zentrums sind daher auch unter Berücksichtigung der bereits bestehenden Kaufkraftabschöpfung nicht sinnvoll.

Perspektive zur Ansiedlung eines Drogeriemarktes: in Medebach Die Ansiedlung erscheint **unrealistisch**, da zu wenig Kaufkraftpotenzial in der Stadt vorhanden ist. Drogeriemärkte benötigen mindestens 10.000-15.000 Einwohner, um wirtschaftlich agieren zu können.

Zwischenfazit – Wohnortnahe Grundversorgung durch integrierte Nahversorger und Standorte mit herausragender gesamtstädtischer Versorgungsbedeutung:

Übergeordnetes Ziel ist die **Sicherung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet**, die sich auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie die integrierten Nahversorgungsstandorte bzw. Standorte mit herausragender gesamtstädtischer Versorgungsbedeutung im Stadtgebiet stützt. Insofern sind die **Sicherung und Weiterentwicklung bestehender Standorte sinnvoll und möglich**, wenn diese Standorte der gesamtstädtischen Versorgung der Bevölkerung Medebachs dienen und negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder die sonstige wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet auszuschließen sind. Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Medebach dient der Umsetzung dieses Ziels.

10 Medebacher Sortimentsliste

Bei Entscheidungen zu Einzelhandelsentwicklungen ebenso wie bei der Einzelhandelssteuerung in der Bauleitplanung stellt die Medebacher Sortimentsliste eine wichtige, weil unverzichtbare Ergänzung zu den bereits vorliegenden Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche dar. Eine ortsspezifische Vorgehensweise ist notwendig und zielführend, reicht doch z. B. zum Ausschluss von Warengruppen im Rahmen von Bauleitplanverfahren gerade vor dem Hintergrund der Rechtsprechung insbesondere des OVG Münster (Urteile z. B. zu Vorhaben in Rhede und Sundern), die Berufung z. B. auf die Leitsortimente des LEP NRW oder aber auch den Einzelhandelserlass des Landes NRW nicht aus, ja führt sogar zu einem bedeutenden Abwägungsmangel.

Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung richterlich anerkannt. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) im Vordergrund der Betrachtungen.

In der Bauleitplanung ist die Sortimentsliste für

- Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten) und
- bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 2-9 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie
- sortimentspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich nach § 9 (2a) BauGB relevant.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bau- und Planungsrechts kann mit Hilfe der Sortimentslisten beispielsweise in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge erhalten und – letztendlich entscheidend – entwickelt und gestärkt werden. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige (> 800 m² Verkaufsfläche) Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m² Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten von Bedeutung sein. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten. Diese operieren oft bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Bei der Steuerung des Einzelhandels ist immer auf eine gemeindespezifische Sortimentsliste abzustellen, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen aber auch zu den Entwicklungsperspektiven einer Kommune besitzt. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente, wie beispielsweise in Einzelhandelserlassen der Länder oder auch der Verweis auf andere Sortimentslisten im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung, reicht nicht aus und ist rechtsfehlerhaft.

Sortimentslisten stellen einen wichtigen Bestandteil eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes / Masterplans dar, wobei eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und, zur Vermeidung späterer Auseinandersetzungen, auch nicht zentrenrelevanten Sortimenten empfohlen wird.

Begriffsdefinitionen

Da es in der Planungspraxis neben der Diskussion über den eigentlichen Sinn und Nutzen von Sortimentslisten durchaus auch unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente zu unterscheiden sind.

Tabelle 11: Merkmale zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente

Kriterium	Merkmale	
	zentrenrelevanter Sortimente	nicht zentrenrelevanter Sortimente
städtebauliche und Einzelhandelsstruktur	notwendig für einen attraktiven Branchenmix hoher Anteil der Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen (insbesondere Haupt- und Nebenzentren)	nicht prägend für zentrale Versorgungsbe- reiche Lage vornehmlich außerhalb von Zentren, städtebaulich integriert und nicht integriert
Besuchfrequenz	erzeugen und benötigen hohe Besucherfrequenzen, insbesondere auch im Zusammenhang mit der Kopplung von Aktivitäten	erzeugen eigene Besucherfrequenz
Integrationsfähigkeit	vergleichsweise geringer Flächenanspruch	sehr hoher Flächenanspruch (z. B. Möbel) autokundenorientiert
Einzelhandelszentralität	hohe Ausstrahlungskraft, teilweise auch Seltenheit	i. d. R. hohe kommunale und z. T. auch regionale Ausstrahlungskraft
Kopplungsaffinität	werden im Zusammenhang mit anderen Nutzungen im Zentrum aufgesucht (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen etc.)	werden i. d. R. gezielt angefahren, geringe bis keine Koppelungen mit anderen Aktivitäten
Transportfähigkeit	„Handtaschensortimente“, können leicht transportiert werden, d. h. es ist nicht regelmäßig ein privates Kfz erforderlich	können aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit nur eingeschränkt transportiert werden, i. d. R. Kfz notwendig

Quelle: eigene Darstellung

- **Zentrenrelevante Sortimente** sind in der Regel für einen attraktiven Branchenmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die Erzeugung hoher Besucherfrequenzen und einer großen Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind. Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Handelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf (Kopplungsaffinität), haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch (Integrationsfähigkeit) und lassen sich häufig als sogenannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren. Insbesondere den Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt – auch in der Hansestadt Medebach – eine hohe Leitfunktion für die Innenstadt zu. Anbieter dieser Sortimente nehmen wichtige Magnetfunktionen für das Zentrum und somit die anderen dort ansässigen Betriebe wahr.

- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen typischerweise insbesondere in Stadtteil- und Nahversorgungszentren zentrenprägende Funktionen ein. Sie haben dort entsprechend eine wichtige Magnetfunktion. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher hier sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit Lebensmitteln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingten Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.
- Bei **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (z. B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche haben diese Sortimente in der Regel für den Einzelhandel in den städtebaulich-funktionalen Zentren keine oder nur eine sehr untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für den zentralen Einkaufsbereich.

Landesplanerische Vorgaben in NRW

Bei der Aufstellung der ortstypischen Sortimentsliste sind auch die landesplanerischen Vorgaben zur Unterscheidung zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Waren zu berücksichtigen. Im Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) sind zentrenrelevante Leitsortimente als landesplanerischer Mindeststandard benannt, die in besonderem Maße die Angebotsstruktur nordrhein-westfälischer Innenstädte prägen. Die Leitsortimente gemäß LEP NRW Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel sind stets zu beachten und unterliegen somit nicht der kommunalen Abwägung. Aufgrund der örtlichen Situation kann eine Gemeinde diese Liste der zentrenrelevanten Sortimente erweitern.

Zentrenrelevante Leitsortimente (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Zentrenrelevante Leitsortimente

- Papier / Bürobedarf / Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik
- Spielwaren
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte)
- Elektrogeräte, Medien (=Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten)
- Uhren, Schmuck

Medebacher Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus³¹ stellt im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise bei der Erstellung von Sortimentslisten als sachgerecht dar:

- Im Rahmen der Aufstellung eines gemeindlichen Einzelhandelskonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Warensortimente in den zentralen Versorgungsbereichen, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegt regelmäßig keinen Bedenken – auch wenn dieselben Sortimente ggf. an anderen, solitären und städtebaulich nicht integrierten Standorten angeboten werden –, sofern entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen [bzw. im Umkehrschluss darlegen, warum sie außerhalb der Zentren gerade nicht angeboten bzw. entwickelt werden sollen].
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel, dem Zentrum eventuelle Neuansiedlungen zur Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität zuzuführen, auszuschließen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die gemeindespezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes / Einzelhandelskonzeptes notwendig).
- Eine gemeindespezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert ist.

Basierend auf einer differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Medebach sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen, erhobenen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs aufgeteilt. Zum Teil sind die Sortimente zu Warengruppen aggregiert, wie beispielsweise die Warengruppe Gesundheit- und Körperpflege, welche Einzelsortimente wie Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Apothekenwaren³² umfasst.

³¹ Vgl. dazu Kuschnerus, U. (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. Bonn, Rd.Nr. 530

³² Vgl. dazu auch Tabelle 1, S. 17

Tabelle 12: Sortimentsliste für die Hansestadt Medebach

Zentrenrelevante Sortimente (abschließende Auflistung)	
rot: Leitsortiment gemäß LEP NRW	
Nahversorgungsrelevante Sortimente	
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Back- und Konditoreiwaren, Fleischwaren)	
Getränke	
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	
Pharmazeutische Artikel ¹	
Blumen (Indoor)	
Zeitungen/Zeitschriften	
Angler-, Jagdartikel und Waffen ²	Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen
Bekleidung, Wäsche	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme
Bettwaren ³	medizinische und orthopädische Artikel ⁷
Bücher	Musikinstrumente und Zubehör
Computer und Zubehör	Papier, Büroartikel, Schreibwaren
Elektrokleingeräte	Schuhe
Elektronik und Multimedia ⁴	Spielwaren
Fahrräder und technisches Zubehör	Sportartikel ⁸
Glaswaren, Porzellan, Keramik ⁵ / Haushaltswaren ⁶	Sportbekleidung und Sportschuhe
Handarbeitsartikel / Kurzwaren / Meterware / Wolle	Uhren / Schmuck
Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe	Wohndekorationsartikel ⁹
Alle anderen Sortimente gelten als nicht zentrenrelevant:	
Beispiele für nicht zentrenrelevante Sortimente	
Bauelemente / Baustoffe ¹⁰	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel
baumarktspezifisches Sortiment ¹¹	Matratzen ¹⁶
Campingartikel ¹²	Möbel ¹⁷
Elektrogroßgeräte	Pflanzen / Samen
Gartenartikel und -geräte ¹³	Rollläden / Markisen
Kfz ¹⁴ -, Caravan ¹⁵ - und Motorradzubehör	Sportgroßgeräte ¹⁸
Kfz- und Motorradhandel*	zoologische Artikel, lebende Tiere (inkl. Heimtierfutter und Hygieneartikel für Heim- und Kleintiere)
Kinderwagen	
Erläuterungen	
1.	nur freiverkäufliche Pharmazeutika
2.	ohne Bekleidung und Schuhe, Waffen = Sportwaffen
3.	Bettwaren umfassen u. a. Kissen, Bettdecken, Matratzenschoner
4.	dazu gehören u. a.: Bild und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör
5.	Glas, Porzellan, Keramik ohne Pflanzgefäße
6.	Haushaltswaren umfassen: Küchenartikel und -geräte (ohne Elektrokleingeräte); Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer und -körbe, Besen, Kunststoffbehälter und -schüsseln
7.	dazu gehören u. a.: Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel
8.	Sportartikel / -kleingeräte ohne Sportgroßgeräte
9.	Kunstgewerbliche Artikel / Erzeugnisse, Bilder, Bilderrahmen, Kerzenständer, Statuen, Wohnaccessoires, Dekorationsartikel, Ziergegenstände, Kunstblumen und -pflanzen
10.	inkl. Holz

11. dazu gehören u. a.: Bodenbeläge (inkl. Teppiche, Rollware), Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben / Lacke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen, Sanitärartikel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen / Werkzeuge
 12. zu Camping- und Outdoorartikeln zählen u. a. Zelte, Isomatten, Schlafsäcke (ohne Caravanzubehör, Bekleidung und Schuhe)
 13. Gartenartikel und -geräte umfassen: Blumenerde, Erden, Torf, Mulch, Bewässerungssysteme, Düngemittel, Garten- und Gewächshäuser, Teichbauelemente und -zubehör; Gartenwerkzeug wie z. B. Schaufeln, Harken, Scheren; Gartenmaschinen wie z. B. Garten- und Wasserpumpen, Hochdruckreiniger, Laubsauger, Motorsägen, Rasenmäher und -trimmer, Vertikutierer; Grillgeräte und -zubehör; Pflanzenschutzmittel, Regentonnen, Schläuche und Zubehör, Großspielgeräte; Pflanzgefäße (Outdoor auch Terrakotta)
 14. Kfz-Zubehör inkl. Autokindersitze
 15. zum Caravanzubehör zählen u. a.: Markisen, Vorzelte, Wohnwagenheizungen
 16. Matratzen ohne Bettwäsche (Heimtextilien)
 17. Möbel inkl. Badmöbel, Küchenmöbel, Büromöbel und Gartenmöbel / Polsterauflagen
 18. Sportgroßgeräte umfassen u. a.: Konditionskraftmaschinen, Großhanteln, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Turnmatten, Billardtische, Rennrodel, Boote
- * Kfz- und Motorradhandel gehört nicht zum Einzelhandel i. e. S. **Bei der Einzelhandelssteuerung in der Bauleitplanung gilt er als einzelhandelsrelevante Vorprägung** und wird daher in die Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente aufgenommen.

Erläuterungen zur Einordnung der nahversorgungsrelevanten Sortimente

Im Bestand liegt in den als **nahversorgungsrelevant** eingestuften Warensortimenten, wie z. B. **Nahrungs- und Genussmittel**, der überwiegende Teil der Verkaufsfläche innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt. Sie besitzen dort eine wichtige Frequenzbringer- und Magnetfunktion auch für andere einzelhandelsrelevante Einrichtungen sowie für sonstige zentrenbedeutsame Nutzungsbausteine und Funktionen. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung im Einzelfall sinnvoll sein. Aus diesem Grund sind diese Sortimente als nahversorgungsrelevant (als Spezialfall der zentrenrelevanten Sortimente) einzustufen.

Ebenfalls überwiegend im den zentralen Versorgungsbereich und i. d. R. auch im Zusammenhang mit der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel werden die Sortimente Zeitungen / Zeitschriften sowie Schnittblumen angeboten. Daher sind auch sie als nahversorgungsrelevant (als Spezialfall der zentrenrelevanten Sortimente) einzustufen.

Erläuterungen zur Einordnung der zentrenrelevanten Sortimente

Folgende Sortimente sind als Leitsortimente gemäß LEP NRW als zentrenrelevante Sortimente eingeordnet. Sie weisen ebenfalls größtenteils einen Angebotsschwerpunkt im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt auf:

Papier / Bürobedarf / Schreibwaren; Bücher; Bekleidung, Wäsche; Schuhe, Lederwaren; medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel; Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik; Spielwaren; Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Campingartikel und Sportgroßgeräte); Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und

Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten); Uhren, Schmuck

Aufgrund ihres Anteils im zentralen Versorgungsbereich in Medebach prägen diese Sortimente in besonderem Maße das dortige Einzelhandelsangebot. In Ihrem Zusammenspiel leisten diese Sortimente einen wichtigen Beitrag zur Belebung und Attraktivität der Zentren. Sie übernehmen damit eine bedeutende Magnetfunktion. Im Sinne des LEP NRW, Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel, des REHK und auch aufgrund der lokalen Situation bzw. künftiger städtebaulicher Zielvorstellungen der Hansestadt Medebach sind daher diese Sortimente (mit Ausnahme einzelner Teilsortimente) als zentrenrelevante Sortimente in die Medebacher Sortimentsliste aufzunehmen.

Erläuterungen zur Einordnung der nicht zentrenrelevanten Sortimente

Zu den typischen nicht zentrenrelevanten Sortimenten gehören **Möbel** sowie **Bau- und Gartensortimente**, die üblicherweise, und so in Abhängigkeit der Größe Medebachs, an dezentralen Standorten bzw. Sonderstandorten in großflächigen Angebotsformen anzutreffen sind.

11 Ansiedlungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung

Die Steuerungsgrundsätze zur Standortfindung des Einzelhandels und der Zentrenentwicklung in Medebach präzisieren und ergänzen die übergeordneten Ziele zur Einzelhandelsentwicklung.

Folgende generelle Aussagen zum Ziel und zur Wirkung der Regeln sind voranzustellen:

- Sie geben zur Einordnung von Einzelhandelsvorhaben einen gemeinschaftlich getragenen Orientierungsrahmen für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung wieder.
- Für die rechtliche Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die bauplanungsrechtliche Situation maßgebend.
- Sie gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen / Veränderungen und Verlagerungen.
- Bestehende Einzelhandelsbetriebe sind – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln unberührt. Sie genießen Bestandsschutz.

Zur Systematik der Ansiedlungsregeln ist festzuhalten: Einzelhandelsbetriebe definieren sich über das Kernsortiment³³. Entsprechend werden die nachfolgenden Haupt-Steuerungsregeln bzw. Grundsätze für zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Einzelhandel differenziert. Diese sollen künftig in Medebach gelten.

³³ Zur Definition Kernsortiment und Randsortiment siehe Glossar im Anhang
Das Kernsortiment eines Einzelhandelsbetriebes bezeichnet den Hauptteil des Warenangebots, der nach allgemeiner fachlicher Übereinkunft einem bestimmten Sortimentsbereich zuzuordnen bzw. zu klassifizieren ist und zudem hinreichend scharf konturiert werden kann. Das Kernsortiment bestimmt somit auch die Unterart eines Einzelhandelsbetriebes (z. B. Baumarkt, Möbelmarkt, Lebensmittelmarkt etc.).

11.1 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

Ziel:

Sicherung und Stärkung einer attraktiven, möglichst flächendeckenden, wohnungsnahen Grundversorgung im Stadtgebiet durch Sicherung und Entwicklung eines funktionsfähigen zentralen Versorgungsbereichs sowie von Standorten im Sinne einer verbrauchernahen Versorgung der Medebacher Bevölkerung.

Dieses Ziel steht im Einklang mit den landesplanerischen Vorgaben.

Landesgesetzgebung:

Gemäß Ziel 6.5-1 des LEP NRW, Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel dürfen Standorte des großflächigen Einzelhandels lediglich in im Regionalplan als Allgemeine Siedlungsbereiche ausgewiesenen Bereichen dargestellt und festgesetzt werden. Gemäß Ziel 6.5-2 werden Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ausschließlich den zentralen Versorgungsbereichen zugewiesen.

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur:

- in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie
- in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen, dargestellt und festgesetzt werden.

Zentrenrelevant sind

- die Sortimente gemäß Anlage 1 des LEP NRW und
- weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).

Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 (3) BauNVO mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich:

- eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Erhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild, nicht möglich ist und
- die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und
- zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheits- und Körperpflegeartikel in der o. g. Anlage 1 als zentrenrelevant und gleichzeitig nahversorgungsrelevant eingestuft sind. Darüber hinaus kommt besonders dem Lebensmitteleinzelhandel eine besondere Bedeutung im Hinblick auf die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung zu, wobei Voraussetzung ist, dass eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen nicht möglich ist, die Ansiedlung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Ziel 6.5-2 LEP NRW).

Grundsatz 1: Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

- 1.1** Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment im Sinne der Medebacher Sortimentsliste sollen regelmäßig im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegen.
- 1.2** Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment dürfen nicht in Gewerbe- und Industriegebieten angesiedelt werden.
(Ausnahme: In Gewerbegebieten sind Convenience-Stores und Kioske zur Versorgung der dort arbeitenden Menschen möglich)¹.

(Klein- und großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment können ausnahmsweise auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs ermöglicht werden, wenn

- der Standort eine städtebaulich integrierte Lage aufweist und
- das Vorhaben der Nahversorgung dient.

Diese Ausnahmeregelung gilt nicht für Standorte innerhalb von GE- / GI-Gebieten.

Erläuterung

Vor dem Hintergrund der formulierten Zielsetzung einer arbeitsteiligen Versorgungsstruktur sowie dem Ausbau bzw. der Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung sollen Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch kleinflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment zukünftig im Medebacher zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegen.

In städtebaulich integrierten Lagen außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs können klein- und großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch Versorgungslücken geschlossen werden können.

Eine Entwicklung neuer, integrierter Nahversorgungsstandorte ist zum jetzigen Zeitpunkt für die Stadt Medebach auch vor dem Hintergrund einer Neuausrichtung des Vollsortimenters Edeka (Neukauf) im zentralen Versorgungsbereich **nicht erforderlich**. Es besteht auch unter räumlichen Gesichtspunkten (Schließung etwaiger Versorgungslücken) keine Notwendigkeit dazu.

Den bestehenden Märkten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs, die zusammen mit den Anbietern in der Innenstadt ein **stabiles räumliches Versorgungsnetz bilden, soll die Möglichkeit der wettbewerblichen Anpassung und damit der Standortsicherung** eingeräumt werden. Diese dienen der **gesamstädtischen Versorgung der Medebacher Bevölkerung**. Es ist sicherzustellen, dass von einem entsprechenden (Erweiterungs-)Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder die Standortstruktur ausgehen.

Die Ausnahmeregelung zum Grundsatz 1 gilt ausdrücklich nicht für Standorte innerhalb von Gewerbegebieten, auch um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten und sie für gewerbliche Nutzungen vorzuhalten.

Eine über den Bestandsschutz hinausgehende Veränderung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten an **städtebaulich nicht integrierten Standorten** sind hingegen konsequent auszuschließen. Insbesondere Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten (mögliche Ausnahmen: Kioske und „Convenience-Stores“) sind ausdrücklich ausgeschlossen, um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten. In Gewerbegebieten können z. B. kleinteilige Anbieter (wie sog. Convenience-Stores) und Kioske zur Versorgung der dort arbeitenden Menschen möglich sein.³⁴

In jedem Fall ist bei der möglichen Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in städtebaulich integrierter Lage eine Einzelfallbetrachtung unter Einbeziehung der o. a. Indikatoren durchzuführen sowie eine dezidierte Abwägung aller einzelhandelsrelevanten städtebaulichen Belange erforderlich. Ggf. ist im Rahmen einer städtebaulichen Verträglichkeitsstudie i. S. v. § 11 (3) BauNVO nachzuweisen, dass negative städtebauliche Auswirkungen (in Medebach und anderen Gemeinden) auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die wohnortnahe Versorgung nicht zu erwarten sind.

11.2 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten

Ziel:

Erhalt und Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktion und des zentralen Versorgungsgebietes Innenstadt als bedeutendster Einzelhandelsstandort durch Sicherung und Entwicklung der Einzelhandelszentralität, der Funktionsvielfalt und der Identifikationsmöglichkeiten.

Dieses Ziel steht im Einklang mit den landesplanerischen Vorgaben.

Landesgesetzgebung:

Gemäß Ziel 6.5-1 des LEP NRW, Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel dürfen Standorte des großflächigen Einzelhandels lediglich in im Regionalplan als Allgemeine Siedlungsbereiche ausgewiesenen Bereichen dargestellt und festgesetzt werden. Gemäß Ziel 6.5-2 werden Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ausschließlich zentralen Versorgungsbereichen zugewiesen.

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur:

- in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie
- in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen, dargestellt und festgesetzt werden.

Zentrenrelevant sind

- die Sortimente gemäß Anlage 1 des LEP NRW und

³⁴ Ableitbare Größenordnung für einen Lebensmittelladen in einem Gewerbegebiet mit 500 – 1.000 Beschäftigten (gerundete Werte)

bei 500 Beschäftigten	max. 50 m ² Verkaufsfläche
bei 1.000 Beschäftigten	max. 100 m ² Verkaufsfläche

- weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).

Erläuterung

Um die Zukunftsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt zu gewährleisten und ihn attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment ab 800 m² Verkaufsfläche sollen demnach zukünftig nur noch in dem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich zulässig sein, um diesen in seiner Versorgungsbedeutung zu sichern und weiterzuentwickeln sowie einen ruinösen absatzwirtschaftlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden.

Außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs können Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten an städtebaulich integrierten Standorten ausnahmsweise zugelassen werden, sofern von ihnen keine Negativauswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche (in Medebach und darüber hinaus) zu erwarten sind. Diese sind in der Regel dann nicht anzunehmen, wenn zentrenrelevante Sortimente in kleineren, deutlich unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (> 800 m²) agierenden Ladenlokalen außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs zur ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden zur Deckung des Grundbedarfs bei mittel- und teilweise auch langfristig nachgefragten Gütern dienen.

In Gewerbe- und Industriegebieten ist die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen. Ausnahmen bilden hier lediglich das sogenannte „**Handwerkerprivileg**“.

11.3 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht

Grundsatz 2: Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (ohne Nahversorgungsfunktion)

- 2.1 Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe i. S. v. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevantem Kernsortiment, aber ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente im Sinne der Medebacher Sortimentsliste, müssen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegen.
- 2.2 Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment dürfen nicht in Gewerbe- und Industriegebieten angesiedelt werden.

zentrenrelevanten Kernsortimenten

Ziel:

Räumliche Konzentration auch des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten auf dafür festgesetzte Sonderstandorte und Sicherung einer zukunftsfähigen

Arbeitsteilung zwischen den zentralen Versorgungsbereichen sowie den Sonderstandorten zur Sicherung und zum Ausbau einer quantitativ und qualitativ guten Versorgung der Bevölkerung.

Dieses Ziel steht im Einklang mit den landesplanerischen Vorgaben.

Landesgesetzgebung:

Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen ausgewiesen werden, wenn

- der Standort im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) liegt (Ziel 6.5-1 LEP NRW) und
- der zu erwartende Gesamtumsatz des Vorhabens die Kaufkraft der Einwohner der Stadt Medebach in den geplanten Sortimenten nicht überschreitet (Grundsatz 6.5-4 LEP NRW) und
- der Anteil der zentrenrelevanten Randsortimente unter 10 % der Gesamtverkaufsfläche liegt (Ziel 6.5-5 LEP NRW) und
- die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten Randsortimente maximal 2.500 m² umfasst (Grundsatz 6.5-6 LEP NRW)

Grundsatz 3: Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten

- 3.1** Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten können aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs z.T. nicht in den zentralen Versorgungsbereich integriert werden. Sie können daher auch an eigens ausgewiesenen Sonderstandorten angesiedelt werden. Ein solcher Sonderstandort ist im Fall einer Ansiedlungsanfrage in Medebach zu definieren.
- 3.2** Standorte für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten können sowohl im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegen, als auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs (soweit bauplanungsrechtlich zulässig) angesiedelt werden.
- 3.3** Zentrenrelevante Randsortimente von großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment:
außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs dürfen zentrenrelevante Randsortimente bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche einnehmen.
Dabei sollte die entsprechende Verkaufsfläche bei Möbelmärkten 2.500 m² und bei Bau- und Gartenmärkten 1.500 m² nicht überschreiten.
Einzelne Sortimente sollten nicht mehr als 800 m² umfassen.
- 3.4** Zwischen dem Kernsortiment und den Randsortimenten von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten muss ein funktionaler Zusammenhang bestehen. Die Zentrenverträglichkeit des Randsortiments ist zu prüfen. Bei Bedarf sind die Randsortimente durch Bauleitplanung und Baugenehmigung so zu begrenzen, dass schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche nicht zu erwarten sind. Dies ist in Abhängigkeit von der Art und dem Umfang der geplanten bzw. betriebstypischen Randsortimente und der Einzelhandelsstruktur im zentralen Versorgungsbereich im Einzelfall zu überprüfen.

Erläuterung

Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel (bis zur Schwelle der Großflächigkeit) kann zwar grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet, wo Einzelhandel zulässig ist, zugelassen werden. Zum Erreichen und zur späteren Einhaltung des Zielsystems zur Einzelhandelsentwicklung für die Stadt Medebach sollten jedoch auch Ansiedlungen nicht zentrenrelevanter Sortimente (groß- und kleinflächig) räumlich gelenkt werden.

Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente**. Während von nicht zentrenrelevanten Randsortimenten – definitionsgemäß – keine Gefährdung für die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des städtebaulich-funktionalen Zentrums Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzeptes widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbeln z. B. Glas / Porzellan / Keramik). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn

ein direkter funktionaler Bezug zum Kernsortiment vorhanden ist, zulässig sein³⁵. Eine Begrenzung auf rund 10 % der gesamten Verkaufsfläche großflächiger Einzelhandelsbetriebe entspricht der landesplanerischen Zielsetzung (vgl. dazu Ziel 6.5-6 LEP NRW). Diese wird durch den Grundsatz 6.5-6 LEP NRW durch eine Verkaufsflächenobergrenze von maximal 2.500 m² ergänzt. Unabhängig von der Größe der für zentrenrelevante Randsortimente insgesamt zulässigen Fläche sollte dabei sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. Das heißt, dass (im Bebauungsplan) weiterhin angegeben sein sollte, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich.

Auch für kleinflächige Betriebe bis 800 m² Verkaufsfläche mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment gilt, dass ein mögliches **zentrenrelevantes Randsortiment** dem Kernsortiment deutlich untergeordnet sein muss³⁶.

³⁵ Vgl. dazu Erläuterung Ziel 6.5-5 LEP NRW: „Zur Auslegung des Begriffs der "Randsortimente" kann auf die zu dieser Frage ergangene Rechtsprechung zurückgegriffen werden. Danach haben Randsortimente lediglich ergänzenden Charakter und stehen in Beziehung zum Kernsortiment. Randsortimentsangebote müssen dem Kernsortiment in Umfang und Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein ("keine ins Gewicht fallende Bedeutung"); Merkmale dieser Unterordnung sind vor allem die jeweiligen Anteile an der Gesamtverkaufsfläche sowie am Gesamtumsatz des jeweiligen Betriebes (vgl. u. a. OVG NRW, Urt. v. 22.06.1998, 7a D 108/96.NE = BauR 1998, 1198; OVG Rheinland-Pfalz, Urt. v. 24.08.2000, 1 C 11457/99 = BauR 2011, 221; Thüringer OVG, Urt. v. 21.08.2001, 1 KO 1240/97 = juris; OVG NRW, Urt. v. 26.01.2000, 7 B 2023/99 = BauR 2000, 1021). Ist dies nicht der Fall, stellen sie ein wesentliches Standbein des Einzelhandelsbetriebes und damit kein "Rand"sortiment mehr dar (OVG NRW, Urt. v. 26.01.2000, 7 B 2023/99 = BauR 2000, 1021).

³⁶ Hiervon ist in der Regel dann auszugehen, wenn ein Verkaufsflächenanteil von 10 % nicht wesentlich überschritten wird.

11.4 Sonstige Steuerungsregeln

Grundsatz 4: Einzelhandelsagglomerationen

Die räumliche Konzentration ab zwei¹, selbständiger, für sich nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe (**Einzelhandelsagglomeration**) mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, von denen in der Gesamtheit zentrenschädliche Auswirkungen im Sinne des § 11 (3) BauNVO ausgehen, ist zu vermeiden.

Erläuterung

Für den Begriff Einzelhandelsagglomeration gibt es keine Legaldefinition. Während man in der Praxis häufig davon ausgeht, dass mit der Formulierung „Einzelhandelsagglomerationen sind Ansammlungen mehrerer, selbständiger Einzelhandelsbetriebe, die in enger Nachbarschaft zueinander liegen“ mehr als zwei Einzelhandelsbetriebe gemeint sind, führt eine Rechtsprechung des Bayerischen Verwaltungsgerichtshofes aus, dass bereits zwei Einzelhandelsbetriebe eine Einzelhandelsagglomeration bilden können (vgl. dazu Urteil des Bayerischen Verwaltungsgerichtshof, 15. Senat vom 28.02.2017, AZ 15 N 15.2042). Auch im Einzelhandelserlasses NRW (EHE NRW 2021) wird dargelegt, dass bereits zwei Einzelhandelsbetriebe eine Einzelhandelsagglomeration bilden.

Dem Einzelhandelskonzept für die Hansestadt Medebach liegt folgende Definition zugrunde:

Einzelhandelsagglomerationen sind Ansammlungen ab zwei, selbstständigen Einzelhandelsbetrieben³⁷ (außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs), die in enger Nachbarschaft zueinander liegen und die jeweils für sich betrachtet auch unter der Schwelle der Großflächigkeit im Sinne des § 11 (3) Satz 1 Nr. 2 BauNVO bleiben können, aber in ihrer Gesamtheit / räumlichen Konzentration Auswirkungen wie bei Vorhaben i. S. v. § 11 (3) BauNVO auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die (Nah-) Versorgungsstruktur haben können.

In eine **Einzelhandelsagglomeration** sind Einzelhandelsbetriebe einzubeziehen, die

- städtebaulich, funktional bzw. aus Sicht des Kunden aufeinander bezogen gelten, somit
- eine wechselseitige Ergänzung der Sortimente und / oder
- sonstige Synergieeffekte (etwa gemeinsame Nutzung von Werbeanlagen, Zufahrten oder Stellplätzen) erkennen lassen.

Im Einzelfall ist bei der Bewertung eines Vorhabenstandortes außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche immer auch das Umfeld in die Betrachtungen mit einzubeziehen und zu prüfen, ob eine Einzelhandelsagglomeration vorliegt. Dabei ist es irrelevant, ob die einzelnen Einzelhandelseinrichtungen gleichzeitig oder nacheinander entstanden sind (oder entstehen sollen).

³⁷ Die Bezeichnung Einzelhandelsbetrieb bezieht sich hier auf einen Hauptbetrieb.

Grundsatz 5: Annexhandel / Werksverkauf

Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben können angesiedelt werden, wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und
- die angebotenen Waren aus eigener Herstellung auf dem Betriebsgrundstück stammen oder im Zusammenhang mit den hier hergestellten Waren oder mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Verkaufsfläche des Einzelhandelsbetriebes eine Obergrenze von 400 m² nicht überschreitet.

Grundsatz 6: Bestandsschutz, Erweiterungen und Nutzungsänderungen

6.1 Rechtmäßig bestehende Betriebe haben Bestandsschutz. Genehmigungspflichtige Erweiterungen und Nutzungsänderungen (auch Änderungen der zulässigen Sortimente), soweit sie wesentliche Auswirkungen erwarten lassen und nicht durch den Bestandsschutz erfasst werden, sind nach den gleichen Regeln zu beurteilen wie Neuansiedlungen.

6.2 Bei einer Verlängerung von Baugenehmigungen ist zu prüfen, ob sich zwischenzeitlich die Genehmigungsvoraussetzungen (insbesondere hinsichtlich der zu erwartenden Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche) geändert haben.

Erläuterung

Die Frage des Bestandsschutzes führt in unterschiedlichen Fallkonstellationen immer wieder zu Diskussionen. In der Bewertung von Vorhaben ergeben sich Konflikte, wenn der baugenehmigte und der ausgeübte Bestand nicht übereinstimmen bzw. das beabsichtigte Vorhaben mit dem baugenehmigten Bestand nicht kompatibel ist. Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes gilt grundsätzlich:

Für bereits bestehende bzw. genehmigte Einzelhandelsbetriebe, deren Nutzung bzw. Größenordnung gemäß diesen Regelungen an einem Standort zukünftig nicht mehr zulässig wären, gilt mindestens der **„passive“ Bestandsschutz. Dieser bezieht sich auf den baugenehmigten Bestand und die genehmigte Funktion**³⁸. Er erfasst grundsätzlich nicht Bestands- und Funktionsänderungen und erlischt bei Zerstörung oder erheblicher Änderung des Objekts sowie bei Aufnahme einer anderen Nutzung³⁹.

Verlagerungen und Veränderung der Nutzung (Vergrößerung oder Verkleinerung der Verkaufsfläche, Veränderung der Sortimentsstruktur) von entsprechenden Einzelhandelsbetrieben, welche aus Betreibersicht im Allgemeinen im Sinne einer Standortsicherung beantragt werden, sind

³⁸ Erläuternd wird darauf hingewiesen, dass es sich hier um den baugenehmigten Bestand (gemäß Baugenehmigung) und nicht um den bauplanungsrechtlich zulässigen Bestand (gemäß Bebauungsplan) handelt!

³⁹ vgl. dazu auch: Kuschnerus, U. (2004): Der sachgerechte Bebauungsplan – Handreichungen für die kommunale Planung, Münster, Rn. 390.

auf Grundlage der Gesamtsituation (Bestand + Planung)⁴⁰ nach den Prüfkriterien zu prüfen. Bei Verlagerungen sollte immer auch ein besonderes Augenmerk auf Altstandorte gerichtet werden. Diese sind zur Vermeidung negativer städtebaulicher Auswirkungen zentrenverträglich – auch mit der Option einer nicht einzelhandelsbezogenen Nutzung – zu überplanen.

Die spezifische und oftmals auch komplizierte bauplanungsrechtliche und bauordnungsrechtliche Sachlage, kann die Anwendung der Prüfkriterien einschränken und macht Entscheidungen und Abwägungen vor dem Hintergrund der Ziele des Einzelhandelskonzeptes unabdingbar.

⁴⁰ Die höchstrichterliche Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex (Urteil des BVerwG vom 29.11.2005 - 4 B 72/05 (VGH Mannheim)) fordert, dass bei der Erweiterung eines bestehenden Einzelhandelsbetriebes, die kein selbstständiges, abtrennbares Vorhaben, sondern vielmehr eine Änderung einer baulichen Anlage darstellt, das Gesamtvorhaben in seiner durch die Erweiterung geänderten Gestalt geprüft werden muss. Somit ist hierbei nicht allein die Erweiterung in eine Wirkungsanalyse einzustellen, sondern auch der Bestand entsprechend zu bewerten bzw. einzubeziehen.

11.5 Prüfschema zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung

Um zukünftig eine Vereinfachung und deutliche Beschleunigung sowohl der Beurteilung als auch der sich daran gegebenenfalls anschließenden formellen Planungsschritte zu ermöglichen, wird ein Prüfschema empfohlen, das eine **erste Bewertung** von neuen Plan- und Erweiterungsvorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept sowie den vorgeschlagenen Zielen und Ansiedlungsregeln ermöglicht. Grundsätzlich sei jedoch angemerkt, dass dieses Prüfschema nur eine erste **Einschätzung** ermöglichen soll und z. B. eine – im Einzelfall erforderliche – **konkrete städtebauliche Wirkungsanalyse in keiner Weise ersetzen kann**.

Tabelle 13: Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und Größe (Prüfschema)

Standortkategorie	Einzelhandelsbetriebe mit <u>nahversorgungsrelevantem</u> Kernsortiment (gemäß Ansiedlungsregel 1)	Einzelhandelsbetriebe mit <u>zentrenrelevantem</u> Kernsortiment (gemäß Ansiedlungsregel 2)	Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit <u>nicht zentrenrelevantem</u> Kernsortiment ¹ (gemäß Ansiedlungsregel 3)
Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	ja	ja	ja
solitäre Nahversorgungsstandorte	ja (in Abhängigkeit der Versorgungsfunktion); keine Ansiedlung von Drogeriemärkten Derzeit besteht keine Handlungsnotwendigkeit zur Ansiedlung neuer insb. großflächiger Lebensmittelmärkte (Konzentration auf bestehende Märkte und deren Standortsicherung).	nein	nein
Sonderstandort für überwiegend großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel	nein (ggf. mit Ausnahme bereits genehmigter Flächen)	nein (ggf. mit Ausnahme bereits genehmigter Flächen)	ja ²
sonstige GE- und GI-Gebiete	nein	nein	nein
MI-/MD-/WA-Gebiete	ja (Einzelfallprüfung, Voraussetzungen: städtebaulich integriert, Nahversorgungsfunktion, Zentrenverträglichkeit); keine Ansiedlung von Drogeriemärkten	Nicht-großflächige Betriebe (Einzelfallprüfung insb. in MI/MD/WA/§ 34-Gebieten: Versorgungsfunktion für den Nahbereich, Zentrenverträglichkeit)	nein

¹ Die Ansiedlungsempfehlungen gelten vorbehaltlich der konkreten bauplanungsrechtlichen Zulässigkeit und der Abwägung mit anderen Belangen im Bauleitplanverfahren sowie der bauordnungsrechtlichen Zulässigkeit (vgl. hierzu insbesondere § 11 (3) BauNVO).

² Die Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente ist zentrenverträglich zu gestalten: Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind sie auf bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche (bzw. 800 m² Verkaufsfläche absolut) zu begrenzen, wobei ein Einzelsortiment mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung der zentralen Versorgungsbereiche ggf. weiter beschränkt sein kann/sollte. Die absolute Verkaufsflächenobergrenze kann einzelfallbezogen variieren, wenn die entsprechende Innenstadtverträglichkeit fallbezogen nachgewiesen wird (Urteil des OVG Rheinland-Pfalz vom 14.11.2018 - 1 A 10105/18 – für das sich derzeit im Verfahren befindliche Erweiterungsvorhaben Möbel Martin ist dieser Nachweis erbracht worden.

Quelle: eigene Darstellung

Anhang

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Umsatzentwicklung im Einzelhandel (2009 bis 2020).....	23
Abbildung 2:	Umsatzentwicklung im Einzelhandel nach Branchen 2020 gegenüber dem Vorjahr	24
Abbildung 3:	Zahl der Unternehmen im Einzelhandel 2009 bis 2019	25
Abbildung 4:	Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2010 bis 2020	26
Abbildung 5:	Online-Umsätze von ausgewählten Warengruppen 2019, 2020 und 2021	28
Abbildung 6:	Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)	51
Abbildung 7:	Zielzentralitäten des Einzelhandels in Medebach als rein quantitativer Orientierungsrahmen	54
Abbildung 8:	Standortstrukturmodell für die Stadt Medebach	60

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse	17
Tabelle 2:	Definition von Lagekategorien	18
Tabelle 3:	Angebotsbausteine der Nahversorgung.....	20
Tabelle 4:	Einwohner (HWS) nach Ortsteilen.....	32
Tabelle 5:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Medebach.....	34
Tabelle 6:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich ..	35
Tabelle 7:	Jährliches touristisches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Medebach	36
Tabelle 8:	Einzelhandelsbestand in Medebach nach Warengruppen, Umsätze und Zentralitäten.....	37
Tabelle 9:	Verkaufsflächenangebot in der Medebacher Innenstadt.....	43
Tabelle 10:	Räumliche Differenzierung des Lebensmittelangebotes nach Ortsteilen.....	45
Tabelle 11:	Merkmale zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente ..	73
Tabelle 12:	Sortimentsliste für die Hansestadt Medebach	76
Tabelle 13:	Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und Größe (Prüfschema).....	91

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Medebach in der Region.....	31
Karte 2:	Siedlungs- und Stadtstruktur Medebach.....	33
Karte 3:	Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Medebach	39
Karte 4:	Leerstände im Medebacher Stadtgebiet	40
Karte 5:	Die Medebacher Innenstadt (Einzelhandel nach Größenklassen und Bedarfsstufen)	42
Karte 6:	Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Medebach mit 600 m - Fußwegedistanzen.....	47
Karte 7:	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	67

Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
Einzelhandel im engeren Sinne	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
Einzelhandelsbetrieb	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u. a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebes oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (GfK, IFH RETAIL CONSULTANTS) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z. B. von der Gesellschaft für Konsum- Markt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg oder der IFH RETAIL CONSULTANTS in Köln ermittelt und jährlich aktualisiert.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt/Region stellt ein Kriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Gemeinde. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde/Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.

Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deuten auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.
Fachmarkt	Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m ² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v. a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt).
GPK	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas/Porzellan/Keramik“.
Großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m ² unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u. a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
Kaufkraftabfluss	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte/das Umland oder in den Versand-/Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
Kaufkraftbindung	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde/Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.

Kernsortiment/Randsortiment	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i. d. R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment sachlich zugeordnet und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnet sind.
Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z. B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu z. B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotsschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogeartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z. B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 – 1.300 m ² .
Lebensmittelvollsortimenter	Im Praxisgebrauch wird der Begriff des „Lebensmittelvollsortimenters“ zur Abgrenzung gegenüber den „Lebensmitteldiscountern“ verwendet. Im Vergleich zum Discounter (rd. 1.000 bis 3.000 Artikel) verfügt der Vollsortimenter über Bedienelemente (Wurst-/Käsetheke) und vor allem ein deutlich breiteres und tieferes Sortiment im Schwerpunktbereich Lebensmittel. Das Spektrum der Lebensmittelvollsortimenter reicht von Supermärkten über Verbrauchermärkte bis hin zu SB-Warenhäusern. Diese Betriebsformen unterscheiden sich untereinander vor allem hinsichtlich der Verkaufsflächengröße (400 m ² bis teilweise mehr als 10.000 m ²) und der Anzahl der angebotenen Artikel (zwischen rd. 7.000 bis 60.000 Artikel).
Nahversorgungsrelevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnortnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant sein.
Nahversorgungsstandort	Ein Nahversorgungsstandort ist ein (meist solitärer) Einzelhandelsstandort und kann z. B. aus einem Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i. d. R. kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.
Nahversorgungszentrum	Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z. B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen

	<p>Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmittel-discounter, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.</p>
Nicht zentrenrelevante Sortimente	<p>Nicht zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich i. d. R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotential für gewachsene Zentren ist bei den nicht zentrenrelevanten Sortimenten i. d. R. nicht gegeben. Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente, die i. d. R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (z. B. GPK/Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben kann.</p>
SB-Warenhaus	<p>Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 m² bzw. 5.000 m², umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> (> 50 % Verkaufsflächenanteil); Standort häufig in Stadtrandlagen, weitläufige Kundenparkplätze (z. B. Real, Marktkauf, Kaufland).</p>
Sonderstandort bzw. Ergänzungsstandort	<p>Sonder-/Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i. d. R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.</p>
Sortimentsliste (ortstypische)	<p>Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können. Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium). Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeindespezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind</p>

zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z. B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.

Stadtteilzentrum

Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i. d. R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereiches) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter (z. T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittelgeschäft und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z. T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z. B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.

(Städtebaulich) Integrierte Lage

Gemäß Einzelhandelserlass NRW (2021) zeichnen sich städtebaulich integrierte Lagen u. a. dadurch aus, dass sie die Versorgung für die – insbesondere auch nicht motorisierte – Bevölkerung an möglichst gut erreichbaren Standorten sichern. Sie liegen daher innerhalb baulich verdichteter Siedlungszusammenhänge mit wesentlichen Wohnanteilen oder direkt angrenzend und verfügen in aller Regel über eine ortsübliche Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV).

Eine wohnsiedlungsräumlich integrierte Lage reicht für sich genommen jedoch nicht für eine städtebaulich integrierte Lage aus. Der Standort muss vielmehr aus städtebaulicher Sicht auch eine zentrale Funktion erfüllen können. Dabei ist der Begriff nicht geographisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen.

Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)

Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m² – max. 1.500 m². Deutlicher Angebotsschwerpunkt (> 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und zentrenrelevante Randsortimente.

Umsatzkennziffer

Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem

Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.

Verbrauchermarkt

Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 – 3.000 bzw. 5.000 m², breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächenanteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort auch autokundenorientiert.

Verkaufsfläche

Gemäß des Urteils des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schauwindower, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.

Verkaufsflächenausstattung je Einwohner

Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamstädtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl (der Gemeinde/Region) ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.

Zentraler Versorgungsbereich

Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.

Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil-/Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Einzelhandel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereiches hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind: Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung/-präsentation.

Zentrenrelevante Sortimente

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d. h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a.

aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebes- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z. B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren - angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren - durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z. B. in Form von Positiv-, Negativlisten).

Zielzentralität

Berechnungsgröße zur modelltheoretischen Ermittlung von Entwicklungspotenzialen. Die Zielzentralität definiert eine – gemessen an der Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsstandorts – realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet.